الفصل الأول

ماهيـــة السـياحة

التعريف بها

تاريخها وتطورها

أهدافها التى تخدمها

تمهيـــــد

إن من أهم ما يميز العلاقات الدولية فى عصرنا الراهن هو اضطراد التعاون الدولى بين الدول وازدياد التقارب بين الشعوب، فقـد ظلـت العلاقات بين الجماعات السياحية المختلفة حينا من الدهر يغلب عليهـا طابع التنافر والتنازع، غير أن العلاقات الدولية أخـذت فـى خـلال الأعوام الخمسين الأخيرة وجهة أخرى إذ بدأت الدول تشعر بضرورة التعاون فيما بينها وبذل الجهود المشتركة لتنظيم المرافق الدولية على النحو الذى يهيئ استغلالها على الوجه الأكمل ويكفل انتفاع الدول كافة بها.

***

ولقد كان للثورة الصناعية أثر بعيد المدى فى التقريب بين الدول مـن النواحى الاقتصادية والاجتماعية بحيث أصبحت كل دولة تشعر أنهـا جزء لا يتجزأ من مجتمع كبير، تتأثر مصالحها بما يحدث فى غيرها ويؤثر ما يحدث فيها فى مصالح عدد كبير من الدول الأخرى، وكلمـا سار المجتمع الإنسانى قدما قويت أواصر هذا الترابط واشتد إحسـاس الدول باندماج مصلحتها مع مصلحة غيرها اندماجا لا فكاك منه.

فقد كانت كل دولة قبيل الثورة الصناعية تعيش بمعزل عن غيرها ولم تكن تلك العزلة نتيجة لسياسة مرسومة، بل كانت مفروضة فرضا بحكم المسافات الجغرافية الشاسعة التى تفصل أجزاء العالم، وكان من الطبيعى إذن أن تنظر كل دولة نظرة ذاتية ضيقة لما تعتبره مصلحتها الخاصة ثم كانت الثورة الصناعية فى الربع الأخير من القرن الثامن عشر وكان من أخطر مظاهرها تطور وسائل الإنتاج والقضاء تدريجيا على تلك المسافات التى تفصل بين الدول نتيجة لتطور وسائل الانتقال والسفر.

أما تطور وسائل الإنتاج فقد أدى استخدام الآلات على نطاق واسع إلى زيادة الإنتاج زيادة لا عهد للإنسان بها من قبل، ووجدت الدول نفسها إزاء فائض كبير فى إنتاجها يجاوز حاجتها المحلية ومن ثم كان من الضرورى أن تلتمس مصرفا لهذا الفائض فى البلاد الأجنبية، وقد صادف هذا التطور فى فن الإنتاج تطور آخر يكمله ولا يقل عنه خطورة فى أساليب النقل والاتصال بين أجزاء العالم، فلم تعد المسافات البعيدة ذلك الحاجز المنيع الذى كان قبل الثورة الصناعية، وهكذا اختفت المسافة كعامل من عوامل العزلة فدخلت البلاد النائية فى دائرة التعامل وكان من شأن ذلك أن قويت الصلات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بين جميع أجزاء العالم.

ونستطيع فى ضوء ما تقدم أن ندرك العوامل الكامنة وراء تضافر الدول فى إقامة عدد كبير من المنظمات الدولية وتطورها، فتطور وسائل النقل اقتضى إنشاء اتحاد البريد العالمى ومنظمة الطيران المدنى الدولى، والاتحاد الدولى للمواصلات السلكية واللاسلكية، ومنظمة الأرصاد الدولية، بالإضافة إلى المنظمات الدولية والإقليمية التى تعمل فى مجال السياحة وفى الدائرة الاقتصادية قامت منظمات دولية متعددة تعبر عن مدى الترابط والتلازم بين مصالح البلاد المختلفة ومثالها البنك الدولى للإنشاء والتعمير، وصندوق النقد الدولى.

وليس الترابط بين مصالح الدول فى المجال الاجتماعى بأقل أهمية منه فى المجال الاقتصادى وهنا أيضا ساهمت الثورة الصناعية مساهمة فعالة فى تطور التنظيم الدولى، اقترن ذلك بوضوح الفواصل بين الطبقات الاجتماعية وظهور مشاكل الطبقة العمالية سواء منها ما يتعلق بمستوى الأجور أو البطالة أو التأمين أو الأجازات أو غير ذلك، وتفاوت الدول فيما بينها من حيث حدة هذه المشكلات وطبيعتها ومدى تنظيم الطبقة العمالية فى صورة نقابات ترعى مصالحها ولكنها تتفق جميعا من حيث وجود المشكلة ومن حيث تأثرها بما عسى أن يحدث من قلق أو اضطراب فى أى من بينها ومن هنا كانت الحاجة إلى منظمة العمل الدولية حيث تتكاتف فيها الدول الأعضاء على تذليل

المشكلات العمالية وتتبادل الخبـرة فيمـا يتعلـق بالمسـائل الفعالـة لمواجهتها.

وقد ترتب على هذه التغيرات التكنولوجية آثـار بعيـدة المـدى فـى العلاقات الدولية فبدأت فكرة المجتمع الدولى تفرض نفسها، وتبينـت الدول أنه لا يكفى أن توجد قواعد قانونية تحكم العلاقات فيمـا بينهـا وتحدد ما لها من حقوق وما عليها من واجبات وتبين ما يجوز وما لا يجوز لها من تصرفات، وإنما يجب على الدول أن تخطو خطوة أخرى فى تنظيم المرافق الدولية كالأنهار الدوليـة والبريـد والمواصـلات والصحة وغيرها.

ويعتبر الشعور بحقيقة وجود "مجتمع دولى" المظهر الرئيسى لتغلـب النزعة الجماعية فى العلاقات الدولية على النزعة الفرديـة، فبعـد أن كان محور الارتكاز فى العلاقات الدولية فى الماضـى هـو الدولـة ومصالحها، أصبح فى الوقت الحالى هو المجتمع الـدولى ومصـالحه المشتركة.

وقد اقتضى تنظيم التعاون الدولى عقد الدول لسلسلة من المـؤتمرات الدولية التى أسفرت عن اتفاقيات دولية وإقامة منظمات وأجهزة تشرف على التنفيذ كان للسياحة نصيب كبير منها، وإذا كانت الدول قد لجأت

منذ عدة قرون إلى عقد المؤتمرات الدولية عقب الحروب للاتفاق على معاهدات الصلح والتسويات الإقليمية فإن أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين قد عرفا نوعا آخر من المؤتمرات الدولية توصلت الدول من ورائها إلى عقد ما يعرف بالمعاهدات الشارعة التى تناولت بالتقنين كثيرا من موضوعات القانون الدولى على نحو بدأ فيه التشريع الدولى يأخذ مكانه بجانب العرف الدولى، ولم تقتصر هذه المؤتمرات الدولية على نطاق القانون الدولى بالمعنى الضيق (أى وضع معاهدات شارعة) بل تعدته إلى تنظيم التعاون فى المسائل الاجتماعية والاقتصادية وذات الصبغة الإنسانية كالقضاء على الاتجار بالرقيق وتطوير صناعة السياحة فى العالم.

أما السياحة فقد كانت على مر العصور معيار تقدم العلاقات الدولية من الناحيتين التاريخية والسياسية حيث استهدفت المشاركة الفعالة فى تحقيق السلام العالمى الذى تنشده جميع الدول حيث تقوم المنظمات الدولية والهيئات الإقليمية والجمعيات والاتحادات المتخصصة فى شئون السياحة بدراسة نظم المجتمع الدولى وتلمس السبل المفضية إلى الدفع بالتعاون الدولى قدما إلى الأمام إيمانا منها بأن تحقيق التعاون بين الأمم والشعوب لحل مشاكلها فى الميدان الاقتصادى والاجتماعى، إنما يمهد السبيل خير تمهيد لتحقيق التعاون السياحى فيما بينها ويرسى أسس السلام العالمى المنشود.

ولقد أصبحت السياحة فى العصر الحاضر حركة دولية ضخمة تساهم بقدر كبير فى إرساء العلاقات بين الشعوب على أساس وطيد من التفاهم، وبالتالى تؤثر بطريق مباشر فى لإقرار السلام العالمى بين الدول.

***

عرض لتاريخ السياحة وتطورها

ما من صناعة فى العالم لاقت من الرواج والانتشار ما لاقته صناعة السياحة فى السنوات الأخيرة حيث بلغ دخل السياحة فى العالم فى عام ٢٠٠٠ حوالى ٤٧٤,٤ بليون دولار وأصبح هذا الدخل فى بعض الدول شريان الحياة فيها. إلا أن بعض الدول الأخرى قد اهتمت بالسياحة لأسباب كثيرة غير زيادة الدخل والرواج الاقتصادى ومن أهم هذه الأسباب الدعوة إلى نشر المحبة والسلام والتفاهم بين الشعوب والتبادل الثقافى والإعلام.

وقد عاشت السياحة تطورها الرائع – شأنها فى ذلك شأن الكثير من أوجه النشاط البشرى الأخرى – بعد الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ – ١٩٤٥) والتى يمكن القول أن ما أنجزته البشرية فى السنوات التى تلتها يكاد يضارع – إن لم يكن أكثر – كل ما أنجزته قبلها ومنذ بداية التاريخ البشرى.

– وأول ما يتسم به عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية أنه عالم ألغيت فيه المسافات أو كادت، فمع التقدم الهائل فى وسائل النقل لم يعد السفر من طرف من أطراف الأرض إلى طرف آخر يمثل مشكلة تستدعى

التفكير، كما لم تعد هناك مناطق يتعذر الوصول إليها وأصبحت وسائل المواصلات تتميز بالوفرة، والتنوع، والسعة، والراحة، وبذلك أصبح من الممكن نقل أكبر عدد من الناس فى أقصر وقت ممكن إلى أبعد مكان.

- كما اتسم أيضا عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية بموجه هائلة من الفكر الإنسانى فى جميع المجالات وقد ساعد على سرعة انتشارها سهولة نقلها وتبادلها وتنوع وسائل هذا النقل والتبادل سواء كانت هذه الأفكار مكتوبة فى الجرائد والمجلات والكتب أو مرئية فى الأفلام والإرسال التلفزيونى أو مسموعة فى الإذاعات والتسجيلات، ونتج عن ذلك أن أصبح الإنسان يتعرف على فكر غيره واتجاهاته وميوله فى نفس اللحظة التى تخرج فيها الأفكار إلى الوجود.

- وكانت سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية هى أيضا سنوات التطور السياسى والاجتماعى لكثير من البلاد حتى أن خريطة العالم فى وقتنا هذا تختلف اختلافا تاما عن خريطة العالم فيما سبق الحرب العالمية الثانية فقد ظهرت نظم سياسية جديدة، وتدعمت نظم أخرى كانت فى طور التجربة وتغيرت الأسس القديمة للعلاقات بين الدول، فتقلصت سيطرة الدول الكبيرة على الدول الصغيرة، وانحسر الاستعمار وما كان يصحبه من استغلال اقتصادى فبدأت شعوب كثيرة

تمارس حقها فى الحياة، وتسهم مساهمة إيجابية فـــى تقـــدم الجـــنس البشرى، وتفتحت آفاق جديدة، وأعيد توزيع الثروات بـــين الشـــعوب بعضها والبعض، وبين أفراد هذه الشعوب نفسها.

- وكان لهذه السمات الثلاث: سهولة الانتقال، وسهولة تبادل الخبرات والثقافات، والتطور الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وظهور الـــبلاد الحديثة أثرها فى حركة السياحة الدولية التى نشطت نشاطا فاق كـــل خيال وأصبحت أعدادها تقاس بالملايين وعائدها يحسب بالبلايين.

- ومع تضخم الحركة السياحية الدولية ظهرت الحاجة إلـــى تـــوفير مقومات معينة ثبت بالتجربة والممارسة ضرورتها للحفاظ على المـــد السياحى الدولى والتجدد الدائم لتياره، فسعت الدول إلى تحسين مستوى وسائل النقل والإقامة والترفيه والعمل على كل ما يحتاج إليه السائح، وبذلك انتعشت الاستثمارات فى هذه المجالات وزادت نســـبة العمالـــة فيها، وترتب على ذلك ظهور السياحة كعامل هام من عوامل الانتعاش الاقتصادى لكثير من الدول السياحية التى خرجت من غمار الحـــرب العالمية الثانية وهى شبه مفلسة وإمكانها أن تعيد بناءهـــا الاقتصـــادى معتمدة أساسا على وضعها من السياحة وحدها.

ولن ننسى أخيرا سعى العالم – بعد الفظائع التى مرت به فى الحــرب العالمية الثانية – إلى تحقيق سلام دائم يقوم على التفاهم بين الشـــعوب والتعارف المباشر بين مواطنى الدول المختلفة، ودور الســـياحة فـــى تحقيق هذا الهدف باعتبارها سبيلا للسلام فى العالم.

تطور مفهوم السياحة

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمع، ولذلك وجب أن نستعرض فيما يلى مراحل التطور التى مر بها المجتمع العالمى حتى يمكننا أن نصل إلى مراحل تطور السياحة ثم نحدد على ضوء هذه التطورات معنى السياحة ومفهومها وتعريفها الحاضر.

العصر البدائى

إن حب الانتقال فى الإنسان طبيعة كامنة فيه وقد دعت الحاجة بالإنسان إلى الانتقال منذ بدء الخليقة وكان الانتقال فى هذه المرحلة جزءا لا يتجزأ من الحياة وضرورة تحتمها طبيعة المجتمع فلم تكن هناك حكومات توفر للإنسان احتياجاته الضرورية ولم تكن هناك قوانين تحكم تصرفاته وتحدد حقوقه والتزاماته سوى قوانين الطبيعة وأحكامها ولم تكن هناك جيوش منظمة تحميه من الغزو والاعتداء بل كان الحكم لقانون الغاب حيث الغلبة فيه للقادر، كذلك لم تكن العلوم قد تقدمت أو حتى وجدت لتوفر للإنسان أماكن إقامة تحميه من غزوات السيول والثلوج أو هجمات الوحوش ولم تكن هناك وسائل انتقال توفر له سرعة الحركة والأمن والراحة ولم توجد أسس اقتصادية للمعاملة

والتبادل، ولم تعرف عمليات بيع وشراء أو عرض وطلب ولم يكن هناك نقد لتحديد ثمن السلع.

كان الإنسان ينتقل من مكان إلى مكان سعيا وراء لقمة العيش له ولدابته وأغنامه، فكان ينتقل من المكان القحل إلى المكان الخصب وكان يختار الأماكن المنيعة لسكنه حتى يأمن هجمات الوحوش، وكان يقطع المسافات الطويلة ليصل لإلى موارد المياه للشرب أو لأماكن الصيد.

ولم تكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوى السعي على الأقدام بكل ما فيه من قسوة ومشاق ومخاطر فإذا ما اعترض الإنسان نهرا أو بحيرة أو بحرا لم يكن أمامه سوى جذوع النخيل والأشجار يركبها ويدفعها مع التيار.

وكان يحلو للإنسان أحيانا أن ينتقل لاستكشاف الأرض التى تحيط به، فإذا آنس فى نفسه القوة أو وجد عند جيرانه خيرا ورزقا دفع قومه إلى مهاجمة جيرانه وغزوهم.

ولم يكن عنصر الوقت يدخل فى تقدير المسافر، فلم يكـن للوقـت أى اعتبار أو وزن، وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر فى كل شيء الطعام واللباس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق بل كـان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل.

ولم يكن هناك طرق معبدة يخترقها المسافر سيرا على الأقدام أو على ظهر دابته فكان يخترق السهول ويعتلى قمم الجبال للوصـول إلـى غايته.

كان الإنسان ينتقل على سجيته لا تحده حدود أو تعوقه قيود، وكانـت جميع أهدافه صحية فردية وليس فى حيازته من وسائل السفر سـوى قوته الجسمانية أو دابته غير مقيد بوقت ءلا يعوقه جـنس أو ديـن أو دولة (إذ لم تكن الدولة قد وجدت بعد) ولم يكن السـفر يخضـع لأى تنظيم ودراسة.

ولم يفكر أحد فى هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع وبالتالى لم تعرف كلمة السياحة ولم يظهـر لهـا أى تعريف فى هذا العصر سوى أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطـة بوجود الإنسان وتهدف إلـى إشـباع نزواتـه واسـتيفاء احتياجاتـه الشخصية.

عصر الإمبراطوريات الكبــرى أو الحضــارات القديمة:

من المعتقد أن ظاهرة السفر المنظم بدأت فى عصر الإمبراطوريــات الكبرى: الفارسية، والأشورية، واليونانية، والمصرية، والرومانية فى الفترة ما قبل الميلاد ببضع آلاف من السنين، واستمرت إلى قرون عدة بعد الميلاد... وكان السفر خلال هذه الفترة بغــرض التجــارة، وأداء المهام العسكرية، وتلك المتعلقة بشئون الدولة فى إدارتها للبلاد الواقعة تحت سيطرتها.

ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة التى مارست الترحال بحثــا عن المعرفة والمكاسب المادية، ولأن وطنهم كان ينحصر بين ســاحل البحر فى الغرب والجبال المرتفعة فى الشرق كان البحر هو المخرج الوحيد لهم للسفر، أما سفوح الجبال فقد كانت تزخر بالغابات الخشبية التى تبنى منها السفن التى برعوا فى صناعتها واستغلوها فى ركــوب البحر، وبلغ نشاطهم البحرى ذروته خلال الفترة من القرن العاشر إلى منتصف الثامن قبل الميلاد.

أما بالنسبة للحضارة المصرية القديمة فمن المعتقد أن المصريين القدامى هم أول من فكر فى تعبيد الطرق وإصلاحها بهدف رفع كفاءتها فى التنقل والحركة، كما أنهم أمنوا الطرق التى تخترق الصحارى وتربط بلادهم ببعض الأقاليم المجاورة من غارات الأعداء، وتسجل الرسوم الجدارية بالمعابد حركة السفر والترحال بين أقاليم مصر المختلفة لتشكل أحد مظاهر الترويح والسياحة حيث كانت تتعدد الأعياد والاحتفالات الدينية التى تشهد خلالها حركة انتقال واسعة للسكان للتعبد وتقديم القرابين إلى الآلهة.. مما يشكل أولى الصور للسياحة الدينية.

وقد تمثلت السياحة الخارجية، فى ذلك الوقت فى الرحلات البرية والبحرية إلى سوريا ولبنان وأراضى دجلة والفرات وإلى بلاد النوبة جنوب مصر.

كما شكلت مصر مزارا وقبلة للسياح من الأقاليم الأجنبية لمشاهدة معابدها وآثارها خاصة الأهرام وأبو الهول التى كانت تمثل أحد عجائب الدنيا السبع.

أما بلاد اليونان فكانت الرحلات السياحية الجماعية تفد إليها من البلاد الأوروبية المجاورة لمشاهدة الألعاب الأوليمبية التى بدئ فى تنظيمها فى القرن الثامن قبل الميلاد، وكانوا ينتقلون بين الجزر باستخدام القوارب، وعلى اليابس باستخدام البغال والعربات التى تجرها الثيران أو سيرا على الأقدام. وكانوا يتوقفون على طول الطريق فى حانات ونزل صغيرة، كما كانت تقام الاحتفالات الدينية على المسارح المنتشرة فى مختلف مناطق بلاد اليونان، وكان التردد على هذه المسارح يحقق المتعة والترويح عن النفس - كما تعددت رحلات اليونانيين خارج وطنهم أيضا ولعل من أشهر الرحلات التاريخية رحلة أبو التاريخ هيرودوت إلى جزر البحر المتوسط والسواحل الشمالية لإفريقيا حتى طنجة فى الغرب وإلى آسيا وحتى إقليم السند.

ويشير عدد كبير من المؤرخين إلى أن الرومان هم أول شعوب الحضارات القديمة التى اهتمت بشغل أوقات الفراغ بالسفر والتنقل والترحال من أجل المتعة وقضاء أوقات طيبة، كما شكلت تحركات رجال الدولة، والإدارة، والبريد فى المناطق المترامية الأطراف جانبا مهما من إجمالى حركة السفر والانتقال على الطرق، كما أن انتقال الجيوش المحاربة والمرابطة على حدود الأقاليم الواسعة ساهمت هى الأخرى فى حركة السفر لتأمين الأهداف الرئيسية، هذا بالإضافة إلى السفر لمشاهدة المباريات الرياضية وخاصة المصارعة فى

المهرجانات السنوية التى اشتهرت بها الكثير من المــدن والعواصــم الرومانية، كما اتجهت رحلات الأغنياء من الرومان إلى خارج حدود إيطاليا وخاصة إلى مصر لزيارة المعابد والأهرامــات التــى ذاعــت شهرتها وبهرت الزائرين لها.

وترجع زيادة الرحلات السياحية عند الرومان للأسباب الآتية:

١- ضخامة شبكة الطرق البرية التى غطــت أقــاليم الإمبراطوريــة الرومانية والتى تبلغ طولها حوالى ٨٠ ألف كم تقريبا، وكان يمكن باستخدامها الوصول من اسكتلندا إلى بيت المقدس خاصة وأنهــا كانت ممتدة ومرصوفة.
٢- تعدد مراكز الراحة على الطريق وتوافر عاملى الأمن والسرعة.
٣- انتعاش الأحوال الاقتصادية.
٤- تعدد العطلات ومواسم الأعياد.

العصور الوسطى: Middle or Dark ages

عندما انتقل العالم إلى العصور الوسطى فى الفترة من القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر بقيت السياحة بمدلولها الحالى مجهولة لـدى الشعوب، واستمر السفر والانتقال بدائيا كما كان فى العصور الأولـى مع تطوير يسير. ويصف المؤرخون هذه الفترة بأنها عصور الظـلام حيث نشأت صراعات بين الدويلات والإقطاعيات تمسحت كلها بالدين وافتقد الناس عنصر الأمان وساءت حالة الطرق وأصبحت النظرة إلى العلم على أنه منافى للدين، وحرم على الناس التفكيـر أو الابتكـار، وبديهى أنه فى ظل مثل هذه الظروف يتعذر السفر والارتحال فزادت العزلة بين الناس وكثرت الخرافات إلى أن بدأت ظلال هـذه الفتـرة تنحسر فى حوالى القرن الحادى عشر بعد الميلاد حين بدأت الكنيسـة فى تشييد الكنائس والكاتدرائيات خاصة فى فرنسا وإيطاليا، كما عرفت هذه الحقبة بقيام بعض المغامرين والمكتشفين بأسفار طويلة فى البحار، ومن أشهر هذه الرحلات التى قام بها المكتشف الإيطـالى والرحالـة "ماركو بولو" فى القرن الثالث عشر إلى الشرق الأوسط حيث وصـل إلى قلب بلاد الصين، وكذلك رحلة "كريسـتوفر كولومبـوس" الـذى اكتشف أمريكا فى سنة ١٤٩٢م. وقد أدت هذه الرحلات خدمات جليلة

للعلم عن طريق المعلومات التى قدمها هؤلاء المغامرون عن البلـــدان التى زاروها.

ومن الجدير بالذكر هنا أنه فى نفس الوقت كانت الدولة الإسلامية فى أزهى عصورها فاهتمت بالعلوم والفنـــون والآداب والعمـــارة وزادت حركة الناس فى مختلف البلاد، بل أن الحضارة الإســـلامية حافظـــت على ما كان موروثا من علوم الغرب وفكره وفلسفته سواء كان ذلـــك قبل المسيحية أو بعدها، وأضافت إلى هذه العلوم والفنون مزيدا مـــن التقدم والمعرفة مما يمكن أن يقال معه أن الله شاء أن يحافظ للإنسانية على كل ما اكتسبته وأفرزته من علم وفن وعمارة، وقد كان ذلك كله بداية عصر النهضة فى أوروبا عندما تعاملت مع الدولـــة الإســـلامية وعلومها وفنونها، وبدأت هى تضيف إليه عندما نفضت عنها كل مـــا فرض عليها من قيود.

عصر النهضة: Renaissance

بنهاية القرون الوسطى بدأت تظهر فى أوروبا تحولات تاريخية بالغة الأهمية كان لها تأثير كبير على السفر والتنقل كظاهرة إنسانية، ويتميز عصر النهضة فى أوروبا بملامح خاصة من أبرزها:

ا- ظهور نهضة فكرية وعلمية كبيرة أبدع فيها الأوروبيون الكثير من الكتابات والفنون مما حبب إليهم المعرفة وطلب العلم والسعى فى أى مكان على الأرض لاكتسابهما.

ب- أنهم وقد تخلصوا من كثير من القيود سعوا إلى معرفة العالم من حولهم، ولذا يعرف عصر النهضة بأنه عصر الاستكشافات الجغرافية والذى تحقق بفضل ما أحرزوه فى صناعة المراكب التى تجاوزت البحار واستطاعت أن تسير فى المحيطات ووصلت إلى ما لم يكن قد اكتشف بعد من نصف العالم الغربى فى الأمريكتين.

ج- إن عصر النهضة أفرز عددا هائلا من الكاتدرائيات والكنائس التى قام كبار فنانى ذلك العصر برسم لوحات خالدة على جدرانها وأسقفها كما تفننوا فى زخارفها بحيث أصبحت تحفا فنية تستهوى الكثيرين لزيارتها ليس فقط بسبب الدين وإنما بسبب ما بها من جماليات، ويندرج فى هذا إطار أيضا عمل النافورات والحدائق العامة وما إلى ذلك.

ء- إن الإشارات الأولى لبدء السياحة بدأت فى العقود الأخيرة من عصر النهضة، حيث دأب أبناء الطبقة العليا من الإنجليز - على سبيل المثال - على القيام برحلة عرفت باسم "الرحلة الكبرى

"Grand Tour" وكانت رحلة ذات طابع تثقيفى تشمل زيارة معالم فرنسا وإيطاليا وفى كثير من الأحيان ألمانيا والنمسا، وقد اتسمت بطول المدة إذ كانت أحيانا تمتد لما يزيد على ثلاثة سنوات بما يسمح بدراسة تفاصيل المعالم المزارة وكذلك باكتساب اللغة، كما اتسمت الرحلة الكبرى بكثرة عدد القائمين بها حيث جرى العرف على أن يصحب كل فرد من أفراد الطبقة العليا عددا من التوابع الذين يقومون على خدمته، وواضح مما تقدم أن هذه الرحلة كان القائمون بها يسعون لتحقيق أكثر من هدف من الأهداف التى يسعى القائمون بالسياحة حاليا لتحقيقها، إذ أنهم كانوا يسعون إلى التعلم والثقافة والاستمتاع بالوقت واكتساب الصحة والتعرف على أبناء الشعوب الأخرى وأسلوب معيشتهم.

عصر الصناعة:

كان عصر النهضة بمثابة مقدمة طبيعية لتطور هائل فى الأساس الاقتصادى للمجتمعات انتقل بها من الزراعة إلى الصناعة، وهو تطور جاء نتيجة متوقعة للتقدم العلمى فى عصر النهضة، والذى تمت ترجمته إلى مخترعات مبتكرة جعلت من المتيسر ميكنة الإنتاج، وقد كان ذلك فى حد ذاته ثورة على كل ما كان مألوفا فى الإنتاج فى

عصر الزراعة، لذلك يطلق على بدايات عصر الصناعة "الثورة الصناعية The Industrial Revolution" (١٧٥٠ - ١٨٥٠) وقد ترتب على تغيير الأساس الاقتصادى للمجتمعات من الزراعة إلى الصناعة تغيرات موازية فى الهيكل الاجتماعى، وأسلوب الحياة مثل الانتقال من الريف إلى المدن، وتغيرت مفاهيم الثراء والوفرة والطبقة فلم تعد ملكية الأرض الزراعية هى مقياس الثروة، ولا السبيل إلى تحديد الطبقة، كما تغير أيضا مفهوم السكن وشروط البناء، وزادت أهمية شبكات المرافق، ورغم ما واكب الثورة الصناعية فى البداية من مشاكل جسيمة، وما لحق بالأفراد من ظلم إلا أنها بمرور الوقت صححت مسارها، وأصبح لعصر الصناعة سمات مميزة لعل أبرزها ما يلى:

أ- اختلاف النظرة إلى مفهوم الوقت، إذ قامت الصناعة على أساس ارتباط دخل الفرد بمدى التزامه بمواعيد العمل وحجم إنتاجيته خلال الساعات التى يعمل فيها مما أدى إلى صياغة العبارة الشهيرة "الوقت هو المال Time is Money".

ب- إن العمل مع الآلة حتم على الفرد أن يكون أكثر تنبها ويقظة مخافة أن تتسبب لحظة سهو أو عدم انتباه فى حدوث إصابات قد

تصل إلى العاهات، وبديهى أن هذا التنبيه - مع شدة الالتزام بالوقت - ترتب عليه إحساس الفرد الدائم بالقلق والتوتر.

ج- إن إنسان عصر الصناعة - لم يعد كما كان الحال فى عصر الزراعة - على صلة مباشرة بالطبيعة، فالمصانع تقام داخل بنايات، وتستعين فى إضاءتها بالكهرباء عدا أن التهوية تخضع لقواعد عدم التأثير على الآلات، ومن ثم اشتد حنين الأفراد للعودة إلى الطبيعة: الماء والخضرة والهواء النقى.

ء- إن الاتجاه إلى تنظيم وقت العمل أدى - بعد صراعات طويلة - إلى الاتفاق على تحديد عدد ساعات العمل اليومية والأسبوعية، وعدد أيام العمل وإجازة نهاية الأسبوع، والإجازة السنوية، والأجازات المرضية ونوعية التأمينات التى يدفعها العامل لكى تكون الإجازة مدفوعة الأجر وتكاليف العلاج على حساب صاحب العمل، بل وصل الطرفان - أصحاب الأعمال والعمال - بالاتفاق مع الجهات الحكومية المختصة إلى دفع إعانة بطالة فى حالة عدم العثور على عمل، وقد أدت كل هذه الترتيبات إلى شعور الأفراد بالأمان بالنسبة لحاضرها ومستقبلهم.

هـ- أدت مخترعات عصر الصناعة إلى تيسير معاش الأفراد وزيادة رفاهيتهم فهذا العصر هو الذى أفرز القطار والسيارة والطائرة والبواخر العملاقة وأجهزة التكييف والثلاجات والغسالات والراديو والتلفزيون إلى آخر قائمة لا تنتهى من المعدات وصلت إلى أن الإنسان لم يعد فى حاجة لأكثر من الضغط على زر لكى يتم تشغيل العديد من الأجهزة.

ومما لا شك فيه أن مجمل الأوضاع السابقة قد أوجد الظروف المواتية لإنسان عصر الصناعة لكى يمارس من الأنشطة ما يسمح له بتمضية أوقات فراغه بما يفيده بدنيا وصحيا ونفسيا، ربما يستعيد به قدرته على مواصلة العمل وزيادة الإنتاج وبالتالى زيادة الدخل. ومن هنا نشأت الحاجة لوجود نشاط خاص مهمته تنظيم واستثمار أوقات الفراغ Leisure Industry وأصبح هذا النشاط قوام صناعة السياحة Tourism Industry وقد اتفق مؤرخوا السياحة على أن يوم ٥ يوليو ١٨٤١ هو اليوم الذى شهد مولد الرحلات السياحية سابقة الإعداد، والقائمة على أسس تجارية تستهدف الربح حيث قام الإنجليزى توماس كوك - وهو أصلا نجار إنجليزى كان يمارس الوعظ الدينى - بتنفيذ رحلة سبق الإعلان عنها وجمع اشتراكات من أفرادها الذين بلغ عددهم ٥٧٠ فردا استخدموا القطار فى رحلة داخلية

فى إنجلترا بقصد الترويح - وبتنفيذ هذه الرحلة ولــدت أول شــركة سياحة فى العالم.

عصر السياحة:

يعتبر القرن العشرون بما أحدثه من ابتكارات "قرن السياحة" كمـــا أن النصف الأخير منه يوصف بأنه "عصر السياحة"، ورغم أن هذا القرن شهد حربين عالميتين استمرتا أقل قليلا من عشــر ســنوات، وشـــهد عشرات الحروب المحلية مثلما حدث فى فيتنام، وكوريـــا، والشــرق الأوسط، وغزو الإتحاد السوفييتى لأفغانستان، وحرب الخليج الأولـــى بين العراق وإيران ثم حرب الخليج الثانية بغزو العراق للكويت، كمـــا شهد انقسام العالم بعد الحرب العالمية الثانية إلى معسكرين متنـــاحرين أحدهم شرقى والآخر غربى، إلا أنه وقرب نهايتـــه شـــهد تغيـــرات جوهرية فى السياسة الدولية، والعلاقات الاقتصادية، وفى مجال حقوق الإنسان مما استحق أن يسمى "النظام العالمى الجديد" - وكان لهذا كله تأثيره الواضح فى السياحة، وثبت معه أن السياحة لا يمكن أن تنمـــو وتتطور إلا إذا اســـتتب الســـلام، وتحقـــق الاســـتقرار الاقتصـــادى والاجتماعى وتحسنت العلاقات بين الدول والشعوب.

وفيما يتعلق بالسياحة بصورة مباشرة فإنه يكفي الإشارة إلى أن منجزات القرن العشرين فى قطاع النقل بأفرعه الثلاثة: البرى والبحرى والجوى قد جعلت الكرة الأرضية أشبه بقرية صغيرة يمكن للإنسان أن يتنقل بين قاراتها الست فى يوم واحد.. كما أسهمت صناعة السيارات – على سبيل المثال – فى نقل ملايين البشر فى زيارات سياحية لمقاصد على بعد مئات الكيلومترات، ومكنتهم من التحرك وقتما يشاءون إلى حيثما يشاءون، كما ظهرت الأوتوبيسات متعددة الأحجام وذات الإمكانيات المتطورة بحيث أصبح السفر بها متعة وتسلية، وفى هذا السياق تجدر الإشارة إلى التقدم الهائل الذى تحقق للسكك الحديدية سواء من حيث نوعية القطارات أو سعتها أو سرعتها.. وزاد من كفاءة النقل البرى تسيير خطوط أوتوبيسات وسكك حديدية دولية تربط الدول بعضها ببعض، ويعتبر النقل البرى الدعامة الرئيسية لحركة السياحة فى قارة مثل أوروبا بحكم أن معظم بلادها ذات حدود مشتركة.

حقق النقل الجوى تطورا واضحا باستخدامه طائرات الجامبو – Jumbo بما يسمح باستيعاب ركاب أكثر لمسافات أبعد ويعتبر الطيران أحد أهم وسائل النقل السياحى على المستوى العالمى بل إنه وسيلة النقل الداخلية الأساسية فى الولايات المتحدة.

وبالنسبة للنقل البحرى فقد حقق بدوره تطورا واضحا حيث ظهـرت البواخر العملاقة والبواخر السياحية Cruisers وانتشـرت سـياحة اليخوت انتشارا واسعا، ويمثل النقل البحرى أداة سياحية جيدة فى ربط الموانى وفى استخدام عدد من الجزر كمقاصد سياحية.

كما شهد القرن العشرين أيضا تطويرا موازيا فى المنشآت السـياحية وبالذات الفنادق فقد ظهرت الفنادق العملاقة التى تزيد غرفهـا عـن الألف غرفة، كما ظهرت القرى السـياحية والمنتجعـات Resorts، وأصبحت إدارة الفنادق تخصصا علميا مطلوبا، كما ظهرت شـركات الإدارة الفندقية العالمية التى تدير سلاسل باسمها فى مختلف بلاد العالم وفقا لنظم تشغيل خاصة بها، ولقد أسهم التسويق الفندقى فى زيادة حجم السياحة فى العالم، وقد حدث نفس الشيء بالنسبة للمطاعم أيضا حيث تواجدت شركات عالمية لها مطاعم باسمها فى كل بلاد العالم تقريبـا. وقد استطاعت هذه السلاسل أن تحافظ على مستوى الجودة العالمى بما يبعث على اطمئنان المستهلك إلى سلامة ما يأكله. وتجدر الإشارة هنا إلى تواجد المطاعم التى تقوم على تقديم وجبات ومأكولات بلاد معينة أشهرها المطاعم الصينية والهندية واليابانية.

وأخيرا فإن القرن العشرين أيضا يعتبر قرن المقاصد السياحية إذ زاد عدد الدول المستقبلة للسياحة بحيث يمكن القول بأن قلة من دول العالم

البالغ عددها حاليا مائتى دولة هى التى لا تمثل السياحة فيهـا نشـاطا يذكر. ولم يقتصر الأمر على زيادة عـدد الـدول السـياحية بـل أن المقاصد الفرعية داخل كل دولة قد زادت حيث تبنت كثير من الـدول سياسة تنويع المنتج السياحى ويكفى التدليل على صحة هذا أن نلقـى نظرة على ما تحقق فى مصر التى كانت مقاصدها السياحية فى مطلع هذا القرن تنحصر فى القاهرة ولإسكندرية والأقصر وأسوان فأضافت إليها على مر السنين عددا من المقاصد الأخرى مثلمـا تحقـق فـى الساحل الشمالى ومطروح والغردقة وسفاجا والقصير ومرسـى علـم وشرم الشيخ ودهب ونويبع وطابا... ولا زالت جهود التنمية السياحية المصرية تتوالى لإضافة مناطق جديدة لاستيعاب الزيادات المتوقعة فى الحركة السياحية.

أهم العوامل التى أدت إلى نمـو السـياحة فـى العصر الحديث:

١- ازدياد الشعور والرغبة لدى أفراد المجتمع الأوروبى إلى إزالة القيود السياسية والتطلع إلى تكوين وحدة أوروبية شاملة. فكان ذلك بمثابة حافز قوى لنمو وتقدم السياحة.

٢- الخطوات الاقتصادية الكبيرة التى حققتها دول أوروبا الغربية، وما ترتب عليها من ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة دخولها.

٣- التطور الكبير الذى طرأ على وسائل النقل الجوى والبرى مما أحدث ثورة كبيرة فى عالم السياحة.

٤- قيام الدول الصناعية بإصدار تشريعات عمالية تهدف إلى تخفيض ساعات العمل وزيادة فترة الأجازات السنوية، وزيادة الأجور مما أدى إلى نمو السياحة وازدهارها.

٥- انخفاض أسعار الرحلات الشاملة بالطائرات (Charters) فى الفترة من سنة ١٩٦٠ إلى سنة ١٩٦٦ مما أدى إلى تضاعف هذه الرحلات وساعد على تشجيع السياحة إلى مناطق بعيدة وفتح أسواق سياحية جديدة.

٦- ظهور الرغبات والاحتياجات الإنسانية كالأغراض الترفيهية والثقافية والصحية، مما أدى إلى تطور الحركة السياحية تطورا كبيرا.

٧- اهتمام المجتمع الدولى بالسياحة كنشاط إنسانى يستحق التشجيع من كافة الشعوب والحكومات.

ماهية السياحة وبيان أهميتها وتطورها

أولا: ماهية السياحة

يبين من كل ما تقدم أن السياحة تتمثل فى ظاهرة الانتقال الوقتية التى يقوم بها عدد كبير من أبناء دول مختلفة فيتركون محال إقامتهم التـــى يقيمون فيها على وجه الاعتياد إلى أماكن أخرى فى بلادهم (وهذه هى السياحة الداخلية) أو إلى بلاد أخرى (وهذه هى الســـياحة الدوليـــة أو الخارجية)، ولا شك أن المدة التى يستغرقها هذا الانتقال تختلف طولا وقصرا بحسب رغبة السائح وتتوقف على عوامل عديدة منهـــا مـــدى يسار هذا السائح وقدرته على الإنفاق فى الخارج مدة طويلة أو مـــدة قصيرة، وقوانين النقد فى بلده التى يخرج منها، ومدى تأثير المرغبات السياحية فى البلد الذى يزوره (البلد السياحى) فى نفسه، ومدى رخص تكاليف المعيشة فيه.

والسائح فى البلد السياحى يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة فى دخل هذه البلد، وتحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات التى تؤدى إليه، وتتمثل فى صورة خدمات فردية تهدف إلى راحته وإمداده بكل وسائل المعيشة السهلة الكاملة إلى جانب إمداده بالسلع المحلية إذ

يحرص كل سائح عادة على شراء بعض المنتجات المحلية والهدايا من البلد السياحى لكى تكون رمزا باقيا لزيارته لهذا البلد.

١- السياحة

تعريف السياحة والسائح

بذل كثير من الفقهاء جهودهم لتعريف السياحة تعريفا منضبطا، وكانت أول هذه المحاولات هى التى كتب عنها جوير فرولـه E. Guyer Freuler حيث كتب يقول "السياحة بالمفهوم الحديث هـى ظـاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس فيها الحاجة المتزايـدة للحصول على عمليات الاستجمام، وتغير الجو والوعى الثقافى لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة".

وذهب فون شوليرن فى تعريفه للسياحة أنها:
"مجموع العلاقات المتبادلة بين الشخص الذى يوجد بصفة مؤقتة فقـط فى مكان إقامته، وبين الأشخاص الذين يقيمون بهذا المكان"

أما مرجنروث فيقول:

"السياحة هى حركة الأشخاص الذين يبتعدون مؤقتا عن مقار إقـــامتهم للإقامة فى مكان آخر طالما كانوا يستخدمون الإمكانيات الاقتصـــادية والثقافية مرضين بذلك مطالب الحياة أو الثقافة أو الرغبات الشخصية أيا كان نوعها".

وقد تعرض ماثيو C. Mathiot للسياحة فى تعريفه على أنها عملية تنظيمية حيث أن "السياحة هى جميع المبادئ أو القواعد التـــى تـــنظم بمقتضاها رحلات الترويح أو الفائدة سواء ما كان منها متعلقا بما يقوم به المسافرون أو السياح شخصيا وما كان منها متعلقا بما يقـــوم بـــه أولئك الذين يقومون باستقبالهم وتسهيل انتقالهم".

أما السياحة عند جان مدسان فهى عبارة عن:

"نشاط ترفيهى يشمل السفر أو الإقامة بعيدا عن الموطن المعتاد مـــن أجل الترفيه والراحة والتزود بالتجارب والثقافة بفضل مشاهدة مرئيات جديدة للنشاط البشرى ولوحات لطبيعة مجهولة". ويرى البعض أن:

"السياحة صناعة مركبة من عدة أنشطة يمثل كل نشاط منها صناعة قائمة بذاتها ولكنها عندما تجتمع تمثل صناعة السياحة، وهذه الصناعات هى صناعة النقل بأفرعها الثلاثة: البرى والبحرى والجوى، وصناعة الإقامة التى توفر مأوى ذا صفات أو مواصفات معينة مثل الفنادق والقرى السياحية وكافة وسائل الإقامة الأخرى، وأخيرا صناعة الإعاشة وهى القائمة على توفير المأكل والمشرب مثل المطاعم والكافيتريات وغيرها من المحال العامة".

كما يرى البعض الأخر أنها عبارة عن "علاقة مؤقتة زمنيا بين إنسان ومكان (المقصد السياحى) ولكل منهما صفات خاصة، كما وأن هذه العلاقة – لكونها مؤقتة – تتميز بخواص معينة تختلف عن العلاقة الممتدة زمنيا والتى تعنى الإقامة الدائمة أو المستمرة".

وترى وجهة نظر فريق ثالث أن السياحة هى "تفاعل حضارى اجتماعى ثقافى واقتصادى بين أفراد يمضون فترة زمنية محدودة، وأن لهذا التفاعل آثارا اجتماعية وثقافية واقتصادية بعضها لإيجابى وبعضها سلبى".

وفى عام ١٩٤٢ ظهر كتاب بعنوان (النظرية العامة للسياحة) وكان للكاتبين السوسريين الأستاذان هنزكر وكرافت Hunziker

Kraft – وقد بذلا مجهودا كبيرا للوصول إلى تعريف للسياحة يشتمل على كل الروابط والتأثير والظواهر والعلاقات المادية وغير المادية التى تنبثق عن حقيقة الإقامة المؤقتة للسائحين وقالا أن السياحة هى (المجموع الكلى للعلاقات والظواهر الطبيعية التى تنتج من إقامة السائحين طالما أن هذه الإقامة لا تؤدى إلى إقامة دائمة أو ممارسة أى نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو مؤقتا) وفى عام ١٩٣٧ وجهت أيضا لجنة خبراء السياحة بعصبة الأمم المتحدة اهتماما بالغا للسياحة، ولكنها تجنبت وضع أى تعريف لهذه الظاهرة نفسها وكان هدفها الرئيسى هو تحديد من هم الجماعات التى يطلق عليها لفظ (السائحون). وقامت اللجنة بتعريف من هم السائحون على الوجه التالى:-

١- الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو لأسباب خاصة.

٢- الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات أو يمثلون نواحى مختلفة مثل (النواحى العلمية والإدارية والسياسية والدينية والرياضية...الخ).

٣- الأشخاص الذين يسافرون من أجل العمل والتجارة.

٤- المسافرون فى رحلات بحرية حتى ولو قضوا إقامة أقل من ٢٤ ساعة وتقيد هذه الجماعة على أنها جماعة خاصة بصرف النظر عن مكان إقامتهم المعتاد إذا كان ذلك ضروريا.

أما الجماعات الآتية ذكرهم فهم لا ينطبق عليهم التعريف الخاص بالسائحين وهم:

١- الأشخاص الذين يرغبون فى الحصول على إقامة دائمة بالدولة.

٢- كل الأشخاص الذين يفدون إلى البلاد بقصد الحصول على مهنة أو القيام ببعض أعمال النشاط التجارى دون الحصول لهم على عقد عمل.

٣- الطلبة والدارسون الذين يلتحقون بالمعاهد العلمية والأقسام الداخلية.

٤- سكان الحدود والأشخاص الذين يقيمون فى الدولة ولكنهم يؤدون أعمالهم فى دول أخرى.

٥- المسافرون العابرون Transit الذين يعبرون بالبلاد حتى لو كانت مدة عبورهم تستغرق أكثر من ٢٤ ساعة.

وهذا التعريف يستهدف النقد سواء من الوجهة المنطقية أو من وجهة فاعليته. ومع ذلك فقد أيده الاتحاد الدولى للمنظمات السياحية الرسمية I.U.O.T.O. فى مناسبة افتتاح الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة عام ١٩٥٠ والتغيير الوحيد الذى طرأ عليه هو أن الطلبة والدارسين الذين يقيمون بالخارج يسجلوا على أنهم سائحين. ولهذا أدرجت لجنة خبراء السياحة، التى عهدت إليها هيئة الأمم المتحدة بالإعداد ووضع البرامج الخاصة بالمؤتمر الدولى للسياحة الذى تقرر عقده فى روما فى شهرى أغسطس وسبتمبر سنة ١٩٦٣، مسألة إعادة تعريف اصطلاح لفظة (سائح) فى جدول أعمال المؤتمر. وقد اقترح فريق خبراء السياحة النمساويين تقديم التعريف كما يلى (السائح هو من يقوم بزيارة مؤقتة لدولة أجنبية فى مدة لا تقل عن ٢٤ ساعة ولا تزيد على ثلاثة أشهر وألا تكون هذه الزيارة لأغراض غير سياحية مثل العمالة).

ولقد انتهى المؤتمر العالمى للسياحة إلى تعريف الزائر علـــى الوجـــه التالى:

"وللأغراض الإحصائية، يقصد بكلمة "زائر" أى شخص يزور بلد غير البلد التى يقيم فيها على وجه الاعتياد لأى سبب من الأسباب غير قبول وظيفة بأجر فى الدولة التى يزورها".

ويشمل هذا التعريف:

"السائحين أو الزائرين المؤقتين الذين يمكثون مدة لا تقل عـــن أربـــع وعشرون ساعة فى الدولة المزار". ويمكن أن يندرج ســـبب الزيـــارة تحت واحد من الأغراض الآتية:

أ- شغل أوقات الفراغ، للاستجمام، وقضـــاء الأجـــازات للعلاج، للدراسة، للزيارة الدينية، للرياضة.

ب-العمل، أسباب عائلية، مهمة، اجتماع.

ج- "قاصدو النزهة Excursionists وهـم الزائـرون المؤقتون الذين يمكثون أقل من أربع وعشرين ساعة فـى البلد المزار، ويشمل هؤلاء ركاب الرحلات البحرية".

"ويجب ألا تشمل الإحصاءات المسافرين الذين لا يدخلون البلد السياحى بالمعنى القانونى كركاب الترانزيت الذين لا يتركون المطارات وما شابه ذلك.

ولما كانت العلاقات القائمة بين السـائح والدولـة محـل السياحة وكذلك بين السياحة فـى مجموعهـا والنـواحى المختلفة للحياة العامة تمتد إلى الأسس والتسهيلات الفنيـة مثل المسائل الثقافيـة وعوامـل السياسـة الاجتماعيـة والمؤسسات الاقتصادية والصحة العامة والإدارة السياسية، فقد بات من الواضح أنه يجب أن ننظـر إلـى السـياحة ونعرفها أيضا طبقا لعلاقتها مع أى مـن هـذه العوامـل السالفة الذكر.

وينمو عن العملية السياحية فـى مجموعهـا مجمـوعتين منفصلتين، تسمى المجموعة الأولى: بمجموعة العلاقـات المادية. ومن هذه العلاقات المادية يقوم السائح بالانتفـاع

من خدمات معينة فى مقابل دفع أجر مادى. والمجموعة الثانية: هى مجموعة العلاقات غير المادية (المعنوية) وتنتج هذه العلاقات من اتصال السائح بالدولة محل السياحة وشعب هذه الدولة وثقافته والمؤسسات العامة الموجودة بها وما إلى ذلك. وعلى ذلك فيمكن أن نضع تعريفا مبسطا عن السياحة وهو كما يلى (السياحة هى مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير المكان تغيرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية).

أسئلة الفصل الأول

١- ما هى الأسباب التى أدت إلى زيادة الرحلات السياحية عند الرومان فى عصر الحضارات القديمة؟

٢- ما هى "الرحلة الكبرى"؟ وما هى أهم سماتها؟

٣- ما هى أهم الملامح الخاصة التى تميز بها عصر النهضة فى أوروبا والتى أثرت فى الحركة السياحية؟

٤- كان للثورة الصناعية سمات مميزة أثرت بدورها على النشاط السياحى للإنسان – ناقش هذه العبارة.

٥- ما هى أهم العوامل التى أدت إلى نمو السياحة فى العصر الحديث؟

٦- أذكر أهم الشروط التى يجب توافرها فى تعريف السائح.

الفصل الثانى

أنماط السياحة وأشكالها وأنواعها ودوافعها

أنماط السياحة عند المدرسة الأسبانية

الأنماط السياحية وأشكالها عند المدرسة النمساوية

تصنيف الأنماط السياحية اعتمادا على اختلاف المعايير

معيار الحدود السياسية

معيار مدة الإقامة

المعيار الاجتماعى

معيار الباعث على السياحة

معيار التأثير على ميزان المدفوعات

معيار القيود الإدارية

مقدمـــــــة

عنيت المدرسة الأسبانية – على ضوء نجاح السياحة الأسطورى فيها خلال بضعة الأعوام الأخيرة – بتقسيم السياحة إلى أنمــاط مختلفــة. طبقا للمنطقة الجغرافية[1] التى يقبل منها السائح والمنطقة التى يقصدها هذا السائح أو طبقا لسمات الحركة السياحية وصلتها بمدة إقامة السائح فى البلد المستقبلة له، أو طبقا لطبيعة الموسم السياحى وموقعــه مــن فصول السنة المختلفة، أو طبقا للبواعث التى تدفع السائح إلى مغادرة بلده إلى بلد أخرى وأخيرا طبقا للخصائص الاجتماعية – الاقتصــادية التى يتميز بها الطلب السياحى. أى إقبال الطبقات الاجتماعية المختلفة على السياحة وأثر العوامل الاقتصادية فى هذا الطلب.

ومن الدراسات المركزة التى عنيت بتصنيف هذه الأنماط الدراسة التى وضعها (جونشاليت ليبيرال) بوزارة السياحة الأسبانية عن (المواقــع السياحية: تنمية الامكانيات السياحية للمواقــع وأنماطهــا وتصــنيفها وتشريعها وتجهيزها واستثمارتها).

---

[1] محمود كامل (دكتور)، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصــرية العامــة للكتاب، القاهرة ١٩٧٥ ص ٤٥ ص ٥٤

والسياحة – فى نظر هذه المدرسة الأسبانية – هى فى الواقع إنتاج اقتصادى لأنها تشبع للإنسان حاجات من المؤكد أنها من الحاجات الإنسانية الرفيعة. ولذلك فإن سوقها تتأثر بتقلبات العرض والطلب إلا أنه من المسلم به بداهة أن السياحة نظرا إلى طبيعتها الخاصة – فهى إنتاج مركب مزيج من عناصر مختلفة – فإن سمات العرض والطلب الخاص بهذا الإنتاج يجب هى الأخرى أن تكون مزيجا من عناصر مختلفة.

الأنماط السياحية المختلفة عند المدرسة الأسبانية:-

١- طبقا للمنطقة الجغرافية التى يقبل منها السياح والمنطقة التى يقصدها السياح فقد يسافرون إلى بلد أجنبية أو إلى منطقة داخل حدود بلدهم ولذلك يمكن فى ضوء النظر إلى تدفق السياح داخل حدود بلد ما – التمييز بين:-

أ- سياحة الاستضافة (Incoming tourism): وهى السياحة التى يقبل فيها السياح من بلاد أخرى تعد موطنهم الأصلى وتستقبلهم بلد أخرى معينة.

ب-السياحة الخارجية (Out-going tourism): الخاصة بالسياح الذين يقيمون عادة فى بلد معينة ويغادرونها لقضاء فترة مؤقتة فى بلد أخرى.

ج- السياحة الداخلية (Internal tourism): فى هذه الحالة يسافر مواطنو بلد معينة لأغراض سياحية إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم.

٢-طبقا لسمات الحركة السياحية وصلتها بمدة إقامة السائح:

فالسائح قد يطلب إما الإقامة فى مكان معين لمدة طويلة أو التنقل باستمرار بين أماكن مختلفة وقضاء فترة قصيرة من الوقت فى كل مكان منها. ولذلك طبقا للكيفية التى يقضى بها السائح وقته، ويمارس بها سياحته، يمكن التمييز بين:

أ- سياحة الإقامة (Residential tourism): وهى خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة تزيد مدتها عن شهر فى مكان واحد معين وهذا النمط من السياح يتسمون بسمات واضحة. هى أنهم عادة ممن اعتزلوا أعمالهم

ويتقاضون معاشات عن مدة أعمـالهم السـابقة وهـؤلاء السياح يميلون إلى اختيار الأماكن الأكثر هـدوء والتـى تمتاز بمناخ معتدل. وهذا النمط من السياحة لا يقع عـادة فى الوقـت الـذى يسـمى (الموسـم الـذروة Peak season). أى فى الفترة التى يصل فيها الخط البيـانى للطلب السياحى إلى أقصاه بل يختارون فترة أخرى غيـر فترة هذا الموسم الكبير.

ب- السياحة الموسمية (Seasonal tourism): وهـى خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة لا تتجاوز مدتها شهرا واحدا فى مكان واحد وفى ضوء هذا التعريف يتضـح أن الفرق الوحيد بين السياحة الموسـمية وسـياحة الإقامـة ينحصر فى مدة العطلة. ومع ذلك فبالنسبة لنمط السـياحة تبدو الفروق أكثر وضوحا فالسياحة الموسمية فى منطقـة البحر الأبيض المتوسط هى السياحة التقليدية التى تقع فى (الموسم الذروة) وتكون النواة الرئيسية للطلب السـياحى بالنسبة للسن، ومستوى الموارد المادية، والأمزجة... الخ، كما أن نوعية السياح تختلف فى كل من النمطين اختلافـا كبيرا ومتشعبا.

ج- سياحة التنقل (Moving tourism): وهى خاصــة بالسائح الذى يتنقل - طيلة المدة التى يقضيها - على التعاقب من مكان إلى آخر دون أن يمكث فى كل منها أكثر من خمس ليالى ومجرد هذا (التنقل) يكشف عن أن الباعث على السياحة يختلف عن البواعث على سياحة الإقامة أو السياحة الموسمية. فإذا نحن حللنا (سياحة التنقل) تحليلا تجريديا أو إذا درسنا من وجهة نظر التوفيق بين العرض والطلب فى صناعة الســياحة لتبين لنا أن هذا الشكل من أشكال السياحة يناسبه موسم الربيع أو الخريف أكثر من الصيف والشتاء. وإذا كان الطلب عليهـا يقع رغم ذلك فى موسم الصيف فالسبب فى ذلك يعود إلى أن العطلات السنوية تمنح فى هذا الفصل مــن فصــول الســنة. وبذلك لا يتمكن هواة سياحة التنقل من إشباع رغباتهم فى غير هذا الفصل. إلى جانب الصعوبات التى لا تزال قائمة فى وجه السياحة بين نصفى الكرة الأرضية أو بين القارات المختلفــة بصفة عامة.

٣-طبقا لطبيعة الموسم السياحى:

سبق أن أشرنا إلى أن العوامل التى تؤثر فى التدفق السياحى هى العطلات السنوية. فمن المعروف أن هذه العطلات أو الأجـازات فى جميع البلاد تقع تقليديا فى الوقت نفسه أثناء شهور الصـيف. وبذلك تتسبب فى خلق ما يسمى سياحيا (موسم الذروة) ولكن التقدم الاقتصادى للشعوب مع رقى وتحسين طرق المواصلات أصـبحا يسمحان بظهور تيارات سياحية أقل أهمية من التيارات التى تتدفق فى أشهر الصيف التقليدية ولكن عددها يتزايد تدريجيا فى أوقـات أخرى من السنة غير أشهر الصيف إلى جانب بواعـث سـياحية أخرى ذات طابع رياضى تحدد السياحة فى مواسم أخرى، كصيد الوحوش والطيور، وصيد الأسماك، أو الرياضة الشتوية كالتزحلق على الجليد مثلا، أو ذات طابع دينى كالحج إلى مكـة والمدينـة بالنسبة للمسلمين أو زيارة كـربلاء والنجـف بـالعراق بالنسـبة لطوائف معينة من المسلمين خاصة الشيعة أو الاشتراك فى موالد السيد البدوى أو السيدة زينب أو الحسين وغيرهم فى مصر، أو فى بعض المناسبات ذات الطابع الفنى كالمهرجانـات الموسـيقية أو السينمائية أو المعارض الفنية التى تخلق باعثا على السياحة فـى فترات تتحدد بالمواعيد المقررة لهذه المناسبات.

وفى ضوء ما سبق يمكن وضع الفروق الآتية:

أ- **السياحة الشتوية (winter tourism)**: هى السياحة التى تقع بين ديسمبر ومارس، وهى تشمل نوعين مختلفين كل الاختلاف من أنواع السياحة تبعا للباعث على كل منها: سياحة الثلج وسياحة الشمس.

ب- **السياحة الصيفية (Summer tourism)**: هى السياحة التى تقع أثناء أشهر الصيف. والشمس هنا ترتبط بالسياحة والاستحمام فى البحر كعامل أساسى. وهذا النوع من السياحة تزاوله جماعات كبيرة العدد متنوعة المشارب. ولذلك فإن متوسط (نوعية) السياح بها أقل مستوى من متوسط نوعية السياح فى باقى فصول السنة. ومع ذلك نظرا إلى ضخامة حجم السياح الذين يمارسون هذه السياحة فإن نتائج صناعة السياحة إجمالا تتوقف بصفة رئيسية على السياحة الصيفية.

ج- سياحة المناسبات (Circumstantial tourism): وهـــى السياحة التى تقوم على الاحتفال بأعياد معينة له نمط خاص له طابع دينى أو فنى أو رياضى أو فولكلورى، ومن الواضح أن هذا النوع من السياخة يغلب أن يمارس فـــى نطـــاق محلـــى ضيق.

٤-طبقا للبواعث:

أ- **السياحة الثقافية (Cultural tourism):** هى ذات طبيعة ذهنية على الأخص، فهى السياحة التى تنشد معرفـــة أشـــياء جديدة وأشخاص جدد كما تنشـــد الإطـــلاع علـــى تـــاريخهم وعاداتهم فى نفس الإطار الحقيقى الذى يعيشون فيـــه. وهـــى نوع من أنواع (سياحة التنقل) التى سبقت الإشارة إليها.

ب- **سياحة الاســـتجمام (Leisure tourism):** ولا نقصـــد بالاستجمام هنا هجر كل أنواع النشاط بل قصدنا تعمد ممارسة أنشطة معينة يختارها السائح تختلف عن الأنشطة التى اعتـــاد ممارستها فى حياته اليومية. فإن كل سياحة فـــى حـــد ذاتهـــا وبصفة عامة تعد سياحة اســـتجمام. ولكننـــا نعنـــى بســـياحة الاستجمام السياحة التى يلتمس السائح منها الراحة سواء عـــن

طريق المكان الذى يوفر له هذه الراحة أو الظروف التى تحقق لجسمه راحته.

ولذلك فقد تكون سياحة الاستجمام، سياحة إقامة، أو سياحة موسمية وكان يمكن أن يطلق على النوع من السياحة (السياحة العلاجية) أو (سياحة النقاهة) ولكن بشرط أن يتجرد هذا التعبير مما يعنى العناية الطبية.

ج- السياحة الرياضية (Sport tourism): وهى السياحة التى يكون الباعث عليها الرغبة فى ممارسة أنواع معينة من الرياضة مثل الرياضات البحرية وسباق الزوارق أو التزحلق على الماء وسباقات السباحة وما إليها. وتعتبر رياضة التزحلق على الجليد فى مقدمة أنواع الرياضة التى تمثل هذا النمط من السياحة ولو أن صيد الأسماك وصيد الطيور والوحوش رياضة تتقدم باضطراد ويتزايد حجم السياح الذين يسافرون مدفوعين ببواعثها، وتحقق أرقاما متضاعفة من الإيرادات السياحية.

٥-طبقا للخصائص الاجتماعية والاقتصادية والطلب:

أ- السـياحة الممولـة ذاتيـا (Self-financing tourism): يعتمد السياح على أموالهم الخاصة فى سـد حاجاتهم السياحية. وهذا النمط يضم تقريبا كـل (سـياحة الاستضافة) و (السياحة الخارجية) فى مقابلهـا ومعظـم (السياحة الداخلية) وإذا استخدمنا تعبيرا ماليا بحتا فإن هذا النمط من السياحة - وحده - هو الذى يمكن أن يوصـف بأنه (مجز) للاقتصاد الأهلى والمنشآت السياحية الخاصـة على السواء.

ب-السياحة الاجتماعية (Social tourism): هى التـى يكون الطلب عليها (كافيا) أو (محتملا) لأنه طلب قطاعات من الناس لا تستطيع مستويات دخولهم أن تجـرؤ علـى التقدم به أو مواجهة نفقاته ولكن يمكن تحوله مـن طلـب (كامن) أو (محتمل) إلى طلب حقيقى بفضل التسـهيلات المختلفة الأشكال التى تقـدمها الحكومـات أو المنشـآت الخاصة.

وفى ضوء طبيعتها الخاصة يمكن التقرير بأن السياحة الاجتماعية فى معظم الأحوال (سياحة داخلية) بصفة عامة. والمستفيد منها هم مواطنوا الدولة التى تنفذ مشروعات السياحة الاجتماعية وتستقبل مواطنيها فى داخل حدود هذه الدولة. وإن كانت (السياحة الاجتماعية) قد أصبحت تشمل - إلى حد أقل - برامج خاصة بالسياحة الخارجية.

ج- سياحة الشباب (Youth tourism): شكل خاص من السياحة يمكن فصله عن بقية الأنماط للتركيز على العناية الخاصة التى تعطى له بسبب أهدافه التربوية والإعلامية.

أنماط السياحة وأشكالها عند المدرسة النمساوية:

هذا التقسيم الذى وضعه السياحى الأسبانى (ليبيرال) هو الذى تفضله المدرسة الأسبانية أما المدرسة النمساوية التى يمثلها الأستاذ (بيرنيكير) فتذهب إلى التفرقة بين (أنماط السياحة) و (أشكال السياحة).

أنماط السياحة:

فأنماط السياحة هى نتيجة (الأغراض) التى يقصدها السائح من وراء رحلته وهذه (الأغراض) تمثل (العامل المعنوى) ولذلك فهى جزء لا ينفصل عن البواعث التى تدفع السائح إلى القيام برحلته. وتنبثق عن طائفة من الرغبات والمواقف العقلية الإنسانية عنه، وأهمها:-

أ- **سياحة الاستجمام:** وتشمل مجموع السياح الذين يرغبون فى التوفيق بين الانتقال من موطنهم والاسترخاء الجسدى والذهنى وفى بعض الأحيان التماس العلاج أو التخفيف من آلام جسدية بالتوجه إلى بعض المناطق العلاجية. وهؤلاء السياح لا يفكرون بصفة عامة فى إطالة مدة رحلتهم إلا فى حالات

خاصة عندما يأملون فى الحصول على نتائج مرضية من البقاء فى مناطق علاجية بعيدة عن موطنهم.

ب- **سياحة الثقافة:** وتشمل الرحلات التى تحدو إليها الرغبة فى أن يرى السائح بنفسه أشياء جديدة. وفى أن يتثقف عن طريق زيارة بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التى تميز هذه الشعوب عن غيرها. ولكن السياحة الثقافية قد تشمل أيضا الرحلات التى تستهدف الاشتراك فى المناسبات الفنية والمهرجانات لأسباب ثقافية أو دينية.

ج- **سياحة الاتصالات الاجتماعية:** هى سياحة الرحلات التى يقصد منها زيارة الأصدقاء أو المعارف ورحلات أشهر العسل التى يقوم بها الأزواج الجدد. ولكنها تشمل أيضا الرحلات التى تتم لمجرد تحقيق أغراض اجتماعية مظهرية أو ابتغاء التميز الاجتماعى للسائح فى بيئته. وقد أصبحت هذه الاعتبارات عاملا هاما فى الوقت الحاضر.

ء- **السياحة الرياضية:** وتعنى الرحلات بقصد صيد الطيور والوحوش أو صيد الأسماك أو مزاولة الرياضة البحرية أو تسلق الجبال أو رياضيات الشتاء ، كما تشمل أيضا الذين

يسافرون لمشاهدة المباريات الرياضية الدولية وهم يكونون قطاعا هاما من مجموع السياح. ولذلك فعلى الدول التى تعمل على تشجيع السياحة أن تدرس الأنماط الرياضية التى تناسب منطقتها السياحية الطبيعية والثقافية وكيف تثير الاهتمام الدولى بمغريات هذه المناطق مع الحرص على مصادر الأنشطة الرياضية فى هذه المناطق أى السماح بصيد الطيور فى مناطق معينة بحيث لا يترتب على هذا السماح فناء هذه الطيور.

هـ- السياحة الاقتصادية: وهى التى تشمل - بصفة خاصة - الرحلات بمناسبة المعارض الدولية كما تشمل السياحة (المهنية) التى قد لا تندرج - طبقا للفكرة العلمية السياحية - تحت نمط من أنماط السياحة بمعنى الكلمة. ومع ذلك فلا يجب أن يغيب عن الذهن أن مثل هذه السياحة (المهنية) أو السياحة بقصد إنجاز الأعمال، تنبثق عنها أو تترتب عليها حركة سياحية هامة. فالمناسبات والمهرجانات الاقتصادية لا تجتذب مشترين فحسب بل أنها بسبب المزايا وتسهيلات السفر التى تمنح للراغبين فى حضورها والبرامج الاجتماعية التى تعد لها تجذب أيضا أعدادا كبيرة من المتشوقين لمشاهدتها. كما أن المنشآت الصناعية الكبيرة كمحطات القوى الكهربائية

والمناطق التى تطبق فيها تجارب استغلال زراعى أو صناعى رائدة تغرى فى غالب الأحيان على زيارتها.

و- الاشتراك فى المناسبات أو الأحداث السياسية تتيح بما يصاحبها من تسهيلات السفر ومهرجانات واحتفالات - فرصة مغرية على السياحة ويقصد بهذا النمط من السياحة تلك التى تتم بقصد الاشتراك فى حدث ذى أهمية فذة، كتتويج ملكة بريطانيا مثلا الذى اجتذب الآلاف من الزائرين الأجانب إلى لندن.

وهذا التصنيف للأنماط السياحية إنما قصدت به محاولة وضع بعض قوالب تنظيمية لهذه الأنماط. ولكن، الواقع العملى يتضح منه أن كل نمط من هذه الأنماط لا يمكن فصله أو عزله بطريقة باته عن الأنماط الأخرى بحيث يمكن الاستدلال عليه منفردا. فالعلاقات والصلات بين هذه الأنماط متداخلة ومتشعبة.

أشكال السياحة:

إذا كان تصنيف (أنماط السياحة) قد روعيت فيه (الأغراض التى يقصدها السائح) وهى تمثل (العامل المعنوى) الداخلى لدى السائح فإن (أشكال السياحة) يمكن تحديدها فى العناصر التالية:

أ- **طبقا لموطن السائح:** تقتضى التفرقة (اللغوية) بين (السياحة الداخلية) و (السياحة الخارجية) تبعا لتنقلات السياح داخل حدود بلادهم أو قدوم مواطنين أجانب إلى هذه البلاد.

ب- **طبقا لآثار السياح على ميزان المدفوعات:** فالزائرون الأجانب يساهمون إيجابيا فى تنشيط ميزان المدفوعات فى البلد الذى يستضيفهم بما يدخلونه من عملات أجنبية وخروج مواطنى هذا البلد لزيارة بلد أجنبية يحدث أثرا عكسيا على ميزان المدفوعات وبذلك يمكن القول فى الحالة الأولى أن السياحة إيجابية، وفى الحالة الثانية بأن السياحة سلبية.

ج- طبقا لمدة الإقامة: حيث تبين الفرق بين السياحة طويلة الأجل والسياحة قصيرة الأجل. فالسياح الذين يسافرون فى جماعات بناء على برامج ضخمة يقضون بصفة عامة مدة قصيرة فى كل مكان يتوقفون فيه من الأماكن العديدة التى يزورونها، بينما الإقامة فى الخارج للدراسة أو العلاج أو الاستجمام تقتضى مدة طويلة.

ء- طبقا لعدد السياح: فهناك سياحة الأفراد وسياحة الجماعات أو السياحة الفردية والسياحة الجماعية.

هـ- طبقا لطبيعة وسائل المواصلات: سياحة بالسكك الحديدية، سياحة بالباخرة، سياحة بطريق الجو، سياحة بالسيارة.

و- طبقا لمدى الانفتاح الإدارى: يترتب على مدى هذا الانفتاح التفرقة بين (السياحة الموجهة) و (السياحة الحرة) فى ضوء اللوائح والقواعد التى تضعها سلطات البلد المضيفة والتى تحد من حرية السياح فى التنقل أو إطلاق الحرية فى هذا التنقل.

تصنيف الأنماط السياحية اعتمادا على اختلاف المعايير:

هناك تصنيف دولى ثالث لأنماط السياحة، يميز بين الأنماط السياحية المتعددة طبقا لمجموعة من المعايير وفيما يلى استعراضا لذلك:

أولا: معيار الحدود السياسية:

ويعتمد هذا المعيار على حركة السياح فيما إذا كانت داخل حدود البلد السياسية أم تتعداها، وبموجب ذلك نميز بين شكلين من السياحة:

١- السياحة الداخلية (السياحة المحلية):

وتشمل حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية وتشير تقديرات منظمة السياحة العالمية على أن ما ينفق على السياحة الداخلية يتراوح ما بين ٧٠ - ٨٠ % من إجمالى الإنفاق السياحى العالمى. ويختلف هذا المعدل من بلد لآخر ففى الولايات المتحدة الأمريكية يصل إلى أكثر من ٩٠ % وفى المملكة المتحدة بحدود ٧٠ % وإيطاليا

٤٦% وسويسرا ٤٤ % وهناك إحصائية تشير إلى أن حجم السياحة المحلية يعادل تسعة أضعاف حجم السياحة الخارجية.

ويمكن تحديد العوامل التى ساعدت على تحقيق النمو السريع للسياحة المحلية فيما يلى:

أ- تحسن المستوى المعيشى وزيادة دخول الأفراد.

ب-الرغبة فى الاستمتاع واستثمار أوقات الفراغ فى أنشطة ترفيهية.

ج- تشجيع الحكومات للسياحة الداخلية.

ء- تعد السياحة الداخلية أقل تأثيرا من السياحة الخارجية بالظروف السياسية والاقتصادية التى تؤثر على السياحة الدولية.

هـ- انخفاض تكاليف الرحلات السياحية الداخلية مقارنة بالرحلات السياحية الخارجية، وارتفاع أسعار النقل الجوى

فى العالم مؤخرا أدى إلى اكتفاء الكثير من الأفراد بإشباع رغباتهم من خلال السياحة الداخلية مستخدمين وسائل نقل داخلية أقل تكلفة.

و- إجراءات الرحلة السياحية الداخلية أقل تعقيدا من إجراءات الرحلة الخارجية وكنتيجة لهذه العوامل لاقت السياحة الداخلية اهتماما كبيرا من الحكومات وبالذات المخطط السياحى على اعتبار أنها تمثل قاعدة واسعة للسياحة الدولية ومنشط هام للدورة الاقتصادية داخل البلد وبديلا عن السياحة الدولية، بالإضافة إلى أنها تشبع حاجات كامنة فى نفسية المواطن وترفه عن كاهله.

٢- السياحة الخارجية (السياحة الدولية أو العالمية):

وتشمل حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية الدولية، وفيها يجد السائح تغايرا فى أمور متعددة كاللغة والعادات والتقاليد والنظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية بالإضافة إلى أن هذا النمط من السياحة يتطلب مجموعة من الإجراءات المعقدة أهمها الحصول على إذن بدخول البلد (تأشيرة دخول) وإجراءات تصريف العملة وغيرها من الإجراءات الأخرى.

ثانيا: معيار الإقامة:

ويعتمد هذا المعيار على مدة الرحلة السياحية، ويمكن التمييز فيه بين نوعين من السياحة:-

١- السياحة الموسمية:

وسميت بالموسمية لأن الطلب السياحي يتحقق فى موسم معين من السنة يسمى (موسم الذروة السياحى) حيث تتدفق الأفواج السياحية وبأرقام كبيرة جدا على المواقع السياحية. ويمكن أن تقسم السياحة الموسمية إلى ثلاثة أشكال:-

أ- **السياحة الصيفية:** وهى التى تتحقق فى موسم الصيف ومن أشهر المناطق العالمية فى هذا المجال منطقة حوض البحر المتوسط وبالذات السواحل الشمالية منه. ويتحقق موسم الذروة فى هذا الإقليم فى شهرى يوليو وأغسطس وتستحوذ السياحة الصيفية على نصيب كبير من السياحة العالمية يصل تقريبا إلى ٧٠ %، وتعد فرنسا وأسبانيا وإيطاليا **ويوغوسلافيا** من أهم المواقع للسياحة الصيفية فى العالم. وهناك مجموعة من العوامل التى تكمن وراء زيادة الطلب السياحى فى موسم الصيف وهى:-

- **الظروف المناخية الملائمة** والتى تتوفر فى شهرى يوليو وأغسطس فى منطقة البحر المتوسط، حيث يتوافر المناخ الملائم للسياحة بالمواصفات الأربعة التالية (معتدل الحرارة – مشمس – نقى – جاف) وهذه المواصفات المناخية تساعد الإنسان على مزاولة العديد من الأنشطة السياحية وبالذات السياحة على الشواطئ.

- **توفر عامل وقت الفراغ** فقد اعتادت التشريعات المختلفة لشعوب العالم أن تمنح الأجازات المدفوعة الطويلة فى فصل الصيف من أجل استثمارها فى أنشطة سياحية.

- **طول ساعات النهار** ففى الصيف تصل ساعات النهار فى منطقة البحر المتوسط إلى أكثر من ١٦ ساعة فى اليوم مما يساعد على مزاولة الأنشطة السياحية المختلفة.

والسياحة الصيفية ترتبط بصفة خاصة بالاستجمام والسباحة على الشواطئ وممارسة أنشطة رياضية متعلقة بذلك مثل التزحلق على الماء وركوب الزوارق الشراعية، الرحلات البحرية إلى الجزر القريبة، الطائرات الشراعية والبالونات، الغوص، التصوير تحت

الماء......الخ. إلا أن نوعية السائح فى السياحة الصيفية تعتبر أقل مستوى من نوعية السائح فى باقى فصول السنة، كما أن غالبية المشاركين فى السياحة الصيفية من الشباب، ويرافق هذا النمط السياحى اختناقات مرورية وزخم كبير على وسائل النقل والإيواء، وكنتيجة لذلك ترتفع أسعار الخدمات السياحية.

ب-**السياحة الشتوية:** وتتحقق فى موسم الشتاء وتشمل نمطين، سياحة الاستمتاع بدفء الشمس (سياحة الشمس)، ويتحقق هذا النمط فى منطقة حوض البحر الكاريبى فى أشهر الشتاء، وتحتل هذه المنطقة المرتبة الثانية من حيث الأهمية السياحية بعد منطقة البحر المتوسط.

ومن أشهر البلدان السياحية فى هذه المنطقة ولاية فلوريدا الأمريكية، كوبا، برمودا، هندوراس، جاميكا، الدومينكان، المكسيك، بنما وغيرها من الجزر المتعددة فى الكاريبى حيث يتوفر فى هذه المنطقة ظروف مناخية ملائمة للأنشطة السياحية فى فصل الشتاء، إذ أن توفر الشمس فيها يوفر الدفء للسياح القادمين من مناطق باردة بالذات من كندا وشمال الولايات المتحدة.

سياحة التزحلق على الجليد (سياحة الجليد) وتتحقق فى موسم الشتاء وأهم منطقة هى سلسلة جبال الألب فى أوروبا وبالذات

فى سويسرا وإيطاليا ويوغوسلافيا حيث تتوافد الأفواج السياحية للمشاركة فى هذه الرياضة. ومما يزيد من أهمية هذا النمط السياحى أنه يتزامن مع عطلة أعياد الميلاد ورأس السنة التى تصل إلى فترة الشهر فى النصف الثانى من ديسمبر والنصف الأول من يناير.

ج- **سياحة المناسبات** وقد تكون ذات طابع دينى، أو سياسى، أو اقتصادى، أو فنى كالمهرجانات الموسيقية أو السينمائية أو الفلكلورية أو المعارض الفنية، وكل هذه المناسبات تتحدد بمواعيد معينة خلال السنة بغض النظر عن عامل المناخ.

٢- سياحة الإقامة:

وتعنى أن السياح يستقرون فترة طويلة نسبيا فى موقع سياحى واحد قد تصل إلى شهر أو أكثر كمعدل. والسياح الذين يمارسون هذا النوع من السياحة هم فى الغالب فئات كبار السن (المتقاعدين) الذين اعتزلوا أعمالهم، ويختارون الأماكن الهادئة فى أوقات خارج موسم الذروة السياحى ويلتمسون العلاج وتعد السياحة العلاجية خير مثال على سياحة الإقامة.

ثالثا: المعيار الاجتماعى:-

بموجب هذا المعيار تقسم السياحة إلى شكلين:

١- السياحة الفردية (الرحلة المستقلة Individual tourism): وتعنى أن السائح يقوم بمفرده أو بصحبة أفراد عائلته أو بعض أصدقائه بتنفيذ رحلة سياحية على حسابه الخاص. وفى هذا النمط السياحى يقوم السائح بالحصول على الخدمات السياحية بالاتصال المباشر بالمشروعات السياحية المختلفة. فهو الذى يتولى عملية الحجز فى شركات النقل، والحجز فى أماكن الإيواء، وهو الذى ينفق بشكل مباشر على تناول وجبات الطعام والشراب ويتولى كل أنواع الاتفاقات السياحية الأخرى. وفى الغالب تكون الرحلات الفردية المستقلة أكثر تكلفة من الرحلات الجماعية، وهى بذلك تمارس من قبل فئات السياح الذين يتمتعون بإمكانيات مادية عالية.

وهذا النمط السياحى بالإضافة إلى كونه يتطلب إمكانيات مادية عالية فهو يتطلب أيضا خبرة وثقافة وجهودا ذاتية من الفئات السياحية ، يمكن تلخيصها فيما يلى:-

أ- إجادة اللغات الأجنبية وبالذات العالمية لكى يستطيع أن يتفاهم مع سكان المناطق السياحية المزارة دون الحاجة إلى المترجم.

ب- خبرة وجهود فى مراجعة السفارات والملحقات للحصول على تأشيرة الدخول "الفيزا".

ج- خبرة وجهود فى عملية تصريف العملة من دون أن يقع ضحية المستغلين.

ء-خبرة جغرافية كافية وإمكانية الاستعانة بالخرائط السياحية.

هـ- خبرة فى الإشارات والعلامات المرورية العالمية بالذات لمن يقود سيارة شخصية.

و- خبرة بالقانون الدولى وخاصة فى مجال المسموحات والممنوعات.

ز- خبرة فى مجال التعامل مع الأجناس المختلفة والمعرفة الكافية بعادات وتقاليد الشعوب.

٢- السياحة الجماعية (الرحلات الشاملة Mass tourism):

وتسمى أيضا بسياحة المجاميع وفيها تقوم الشـركات السـياحية المتخصصة بتنظيم رحلات فى مجموعات أو أفـواج سـياحية شاملة لكل عناصر الرحلة السياحية (النقـل، الإيـواء، الطعـام والشراب، الزيارات إلى الأماكن المختلفة...الخ) وتتميـز هـذه الرحلات بأنها تكون شاملة لكل تكاليف الرحلة السـياحية، وأن السائح يدفع تكلفة الرحلة مقدما للشركة. والشركة هى الوسـيط الذى يكون حلقة الاتصال ما بين السـياح وأصـحاب المنشـآت السياحية. وبتعبير آخر أن يحصل السائح على الخدمات السياحية بشكل غير مباشر (عن طريق وسيط) من المشروعات السياحية. ويتميز هذا النمط من الرحلات السياحية بانخفـاض أسـعارها، والسبب فى اذلك يرجع إلى قاعدة اقتصادية معروفـة وهـى أن أسعار البيع بالجملة أقل من أسعار البيع بالمفرد، فالأرباح هنا لا تعتمد على زيادة الأسعار وإنما تعتمد على زيادة كمية المبيعات. وكنتيجة لانخفاض أسعار الرحلات السياحية فإنهـا تكـون فـى متنـاول ذوى الـدخل المحـدود وضـمن إمكانيـاتهم الماديـة المتواضعة. وهذه الطبقات لا تستطيع فى الغالب تحمـل نفقـات السفر على الطائرات خصوصا بالنسبة للمسافات الطويلة. وتقدم الشركات السياحية المتخصصة فى تنظيم هذا النوع من الرحلات برامج لرحلاتها تتفق مع ميول الأفراد ورغبـاتهم، فقـد تكـون

الرحلات ترفيهية أو ثقافية أو رياضية أو علاجية، وغالبا ما تستخدم في هذه الرحلات نوعا معينا من الطائرات، وقد تكون أسعار هذه الرحلات من الانخفاض بحيث تصل إلى نصف قيمة التذكرة العادية الأمر الذى يشجع على الإقبال عل هذا النوع من الرحلات ويؤدى إلى دخول فئات جديدة إلى السوق السياحية. وتقوم الشركات السياحية بتوفير المرشدين السياحيين والمترجمين والمرافقين للمجاميع السياحية أثناء الرحلة السياحية، وتقع على عاتق هؤلاء الموظفين مهمة خدمة السياح من إرشاد سياحى وتصريف العملات وتوعية السياح بما هو مسموح وما هو ممنوع وخدمات الترجمة وكل ما يحتاجه السائح من أشكال العون أثناء الرحلة السياحية. هذا وقد تطور نمط السياحة الجماعية على الصعيدين الداخلى والخارجى فى العالم إلى الحد الذى بدأ يطلق على العصر الحالى عصر السياحة الجماعية.

رابعا: معيار الباعث على السياحة:-

إن البواعث على السفر والسياحة وتحركها عوامل متعددة. ولكن قبل الدخول إلى تفاصيل هذه البواعث، دعنا نرجع إلى نظرية (ماسلو) فى البواعث الإنسانية، حيث تقول أن هناك عدة احتياجات إنسانية تعتبر محددة للسلوك الإنسانى، وهذه الاحتياجات تكون مرتبة بشكل هرمى. وتتدرج الاحتياجات من حيث أهميتها فى الإشباع من القاعدة صعودا إلى القمة. فتوجد فى قاعدة الهرم الحاجة إلى الطعام والشراب، ثم تأتى صعودا الحاجة إلى الأمان والضمان (كالحاجة إلى المنزل والوظيفة)، ثم صعودا أيضا الحاجة إلى أن يصبح الشخص محبوبا أو مقبولا من قبل مجموعة اجتماعية معينة... إلى أن نصل إلى قرب القمة الهرمية للاحتياجات الإنسانية حيث توجد الحاجة إلى تحقيق الذات وبناء الفرد لشخصيته أو لسلوكه. ويدخل ضمن المجموعة الأخيرة الحاجة إلى تجربة جديدة أو الحاجة إلى التغيير بهدف التخلص من الروتين أو القيود أو ضغوط الحياة اليومية، أى التغيير من المعلوم إلى المجهول، ومن المألوف إلى مشاهدة أماكن وأفراد آخرين قد تكون لهم عادات وثقافات مختلفة، أو إلى تعقب الماضى فى أماكن مشهورة بآثارها التاريخية كل ذلك يدخل فى نطاق الرغبة القوية فى التجوال والسفر وهى رغبة تتميز بطابع إنسانى

ويلاحظ أنه توجد اختلافات بينية بصـــدد الاحتياجـــات الفرديـــة فـــى المستوى المتعلق بتحقيق الذات. فبعض الناس لا يفضلون السفر لأنهم يكونون قانعين تماما بأوضاعهم الحالية، أو أنهم يكونون غير راغبين فى التخلى عنها. بينما يقبل البعض الآخر على التغيير من خلال السفر والسياحة لأسباب متعددة.

وقد يكون الدافع أو الباعث الرغبة فى زيادة ثقافة الفرد أو ممارســة مشاهدة الألعاب الرياضية، أو السفر من أجل الاستشفاء، أو لإشــباع عاطفة دينية أو لإنجاز مهمة تجارية أو لحضور مؤتمر دولى أو مــن أجل الاستجمام والتمتع بأوقات الفــراغ. ومهمـــا تنوعــت البواعــث والأنماط السياحية تبعا لذلك فإن الإحصائيات العالمية تشـــير أن أهـــم الأنماط السياحية هى سياحة الترفيه والاستجمام (الصيفية والشـــتوية) تشكل ٥٠ % وسياحة الأعمال ٢٠ % والساحة الثقافية ١٠ %، أمـــا النسبة الباقية وقدرها ٢٠ % فتتوزع ما بين الأنواع الأخرى.

وفيما يلى إشارة إلى أنماط السياحة تبعا لمعيار الباعث:

١- السياحة الثقافية:

وهى أساسا ذات طبيعة ذهنية، يستهدف السائح من خلالهـــا التعـــرف على أشياء جديدة عن تاريخ الشعوب وحضارتها. ومن أشهر منـــاطق السياحة التاريخية فى العالم منطقة الشرق الأوســـط لكونهـــا منطقـــة الحضارات القديمة ومهد الأديان السماوية جميعا. وتأتى فى مقـــدمتها مصر متمثلة ببقايا الحضارة الفرعونية وفى مقدمتها الأهـــرام وأبـــو الهول والمعابد الفرعونية فى وسط وجنوب مصر. ثم يليها العراق بما يمتلكه من حضارة عريقة متمثلة فى حضارة وادى الرافدين ويأتى فى مقدمتها مدينة بابل ونينوى وآشور، بالإضافة إلى أن منطقة الشـــرق الأوسط بدولها المختلفة زاخرة بمختلف الحضارات المتعاقبة اليونانية والرومانية والقبطية والإسلامية.

وفى غير منطقة الشرق الأوسط هناك مخلفات الحضارة الرومانية فى إيطاليا والحضارة اليونانية فى اليونان والحضارة العربية الإسلامية فى أسبانيا. هذا علاوة على أن كل بلد فى العالم له تاريخه وله آثاره التى يعتز بها والتى تستقطب السياح لزيارتها.

ومن الجدير بالذكر أن السياحة الثقافية المرتبطة بالمعالم الأثرية والحضارية لا يقبل عليها السائح (فى الغالب) إلا مرة واحدة، وأن معدل فترة بقاء السائح فى الموقع التاريخى يكون قصيرا بحدود (٣-٥) يوم على أن يتخلل هذه الأيام زيارات يومية إلى مواقع أثرية قريبة من محل الإقامة.

٢- السياحة الرياضية:

وتتضمن إما المساهمة فيها أو من خلال المشاهدة والتشجيع. ويمكن تعداد الأنواع الرياضية بما يلى:-

أ- سياحة الصيد مثل صيد الأسماك، الطيور، الوحوش... الخ. وقد أصبح هذا النمط السياحى منظما وبإشراف الجهات المعنية ويخضع لقوانين تستهدف حماية البيئة وحماية الحيوانات من الانقراض، فهناك تشريعات تحرم صيد أنواع معينة من الحيوانات المعرضة للانقراض، وأخرى تحرم صيد الأسماك الصغيرة، وأخرى تمنع الصيد فى مناطق محرمة... الخ.

ب- الرياضة المائية والتى تمارس عادة على سواحل البحار الرملية والآمنة من الأخطار (أخطار السفن العملاقة، أخطار

الأسماك المفترسة، أخطار الارتطام بالصخور والمرجان... الخ) وأهمها السباحة، الغوص، التصوير تحت الماء، ركوب الزوارق بمختلف أنواعها، التزلج على الماء. وهناك مكاتب مخصصة لتأجير وبيع الأجهزة الرياضية التى تستخدم لهذه الأنواع من الرياضة المائية، كما يوجد مشرفون ومراقبون لحماية السياح من مختلف الأخطار.

ج- رياضة التزحلق على الجليد وفى الغالب تمارس على سفوح الجبال فى جبال الألب بالذات. وقد خصصت سفوح بمواصفات معينة لممارسة التزحلق، ويستخدم التلفريك لصعود السياح إلى أعلى الجبال، وهناك مكاتب متخصصة لتأجير وبيع الأدوات والعدد والملابس الخاصة بهذا النوع من الرياضة. كما أن هناك أيضا المدربين والمراقبين لمتابعة سلامة السياح، وتعمل الأجهزة المعنية صباح كل يوم على إطلاق قنابل خاصة على سفوح الجبال لمنع تراكم الثلوج عليها وبالتالى تجنب انهيار الجليد الذى يسبب خسائر كبيرة إذا ما حدث. ومن الجدير بالذكر أن سياحة التزحلق على الجليد يكون موسمها فى فصل الشتاء تزامنا مع عطلة أعياد الميلاد وأعياد رأس السنة.

ء- رياضة تسلق الجبال، ويمارس هذا النوع من قبل الشباب في موسم الصيف وفي مختلف جبال العالم، وهناك معدات وتجهيزات خاصة لهذا الغرض، كما توجد فرق إسعافات لمعالجة الحالات الطارئة.

هـ- الدورات الرياضية المنظمة مثل كأس العالم لكرة القدم، والألعاب الأولمبية والمباريات والمسابقات الدولية والإقليمية. وهذا النوع من الرياضة يستقطب أعداد كبيرة من السياح لغرض التشجيع والمشاهدة.

٣- السياحة العلاجية:

وتسمى أيضا بسياحة الاستشفاء، وقد عرفت السياحة العلاجية منذ القدم فقد عرف الإنسان بالتدريج والخبرة أن بعض الأمراض (كالأمراض الروماتزمية والصدرية) تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة تتميز بمناخ خاص ثم اكتشفت الخواص العلاجية للينابيع المعدنية. وقد تفنن الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها التماثيل الجميلة وألحقوا بها صالات الترفيه. وعندما حل عصر النهضة في أوروبا أصبحت السياحة إلى المدن العلاجية نوعا من الترف يختص به الأغنياء، وقد ضمت هذه المدن أضخم الفنادق وأجمل الحدائق.

وبعد الحرب العالمية الثانية لم يصبح ارتياد هذه المدن مقصورا على الأغنياء وإنما شمل الطبقات المتوسطة نظرا لانتشار التأمين الصحى الذى يقدم المساعدات المالية من أجل إقامة المرضى فى أماكن الاستشفاء. ويمكن تقديم هذه الإعانات لتغطية مصاريف الإقامة فى أماكن الاستشفاء الأجنبية ومثال ذلك الاتفاقات التى عقدت بين حكومة النمسا وشركات التأمين على الصحة لعلاج مرض الروماتيزم وأثبت هذا الاتفاق نجاحا كبيرا. كذلك ساعد ارتفاع الدخول والمستوى المعيشى على ازدهار هذا النوع من السياحة ازدهارا كبيرا. وحاليا تهتم الدول الأوروبية بهذا النوع من السياحة ودخلت ميدانه الولايات المتحدة واليابان. ومن دول أوروبا الشرقية التى حققت نجاحا فيه بولندا، حيث أجرت فى الستينات مسحا جيولوجيا شاملا وحفرت عيونا جديدة وأقامت فنادق خصصت لهذا الغرض. فبالإضافة إلى أماكن الإيواء وأقسام الطعام والشراب وأقسام الترفيه يوجد ضمن الفندق أو بالقرب منه مصحا يحتوى على عدد من ينابيع المياه المعدنية الحارة والباردة وقاعات للرشاقة وممارسة التمارين الرياضية وفق برامج طبية معدة لهذا الغرض. وعادة يكون مدير الفندق طبيبا متخصص فى العلاج الطبيعى وملما بالإدارة الفندقية عن طريق دخوله دورات فى هذا المجال.

ومن دول أوروبا الغربية التى برزت فى هذا الميدان أيضا إيطاليا التى توسعت فى إقامة المدن العلاجية (أكثر من ٤٠ مدينة تضم مياه معدنية) تحقق دخلا سياحيا كبيرا بخلاف المدن التى تستغل المناخ ومياه البحر فى العلاج السياحى.

ومن المعروف أن المدن التى تختص بالسياحة العلاجية قد تضم مياها معدنية للشرب أو الاستحمام، أو أن تجمع بين المياه المعدنية والجو العلاجى أو أن تستغل مياه البحر للعلاج أو قد توجد بها وسائل أخرى للعلاج كالكى الطبى أو الدفن فى الرمال أو كهوف ذات أبخرة غازية. والظاهرة المميزة لهذه المدن، هى التنظيم والتخطيط تخطيطا يتناسب مع السبب الذى أنشأت من أجله، وهو العلاج والراحة والاسترخاء، حيث توجد الأماكن والظروف التى تساعد على تحقيق ذلك كالحدائق الجميلة والنافورات والبحيرات وألوان عديدة من التسلية بالإضافة إلى الفنادق بمستوياتها المختلفة. وقد تطورت المدن العلاجية فى الوقت الحاضر فأصبحت تضم مراكز للبحوث الطبية وخواص المياه وتأثيرها والمناخ وغيرها من وسائل العلاج. كما تخصصت كل مدينة فى نوع معين من علاج أمراض معينة. فهناك مدن متخصصة فى علاج الأمراض الروماتيزمية وأخرى فى علاج القناة الهضمية والكبد والمرارة والثالثة فى علاج أمراض الكلى والرابعة أمراض الجهاز التنفسى وأخرى فى علاج أمراض الجلد والفقرات... الخ. والسائح

العلاجى إما أن يكون مريضا أو ناقها أو قد يكون فى صحة تامة، وكل ما يريده راحة أعصابه المرهقة وجسمه المتعب، وهو يتميز بطول إقامة نسبية فى المدينة العلاجية وعادة تتراوح ما بين أسبوعين وأربع أسابيع وربما تزيد عن ذلك. ولهذا فإن متوسط إنفاقه يزيد على متوسط إنفاق السائح العادى بنحو عشر مرات.

وبالإضافة إلى ذلك فبعض الشركات المتخصصة تقوم بتعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخليا وخارجيا، وتصدير الأملاح المعدنية والأعشاب الطبية، والتى تشكل مصدرا للدخل السياحى. ومن الجدير بالذكر أن العلاج بالمياه المعدنية يكون علاجا مكملا للعلاج الطبى فى المستشفيات.

٤- السياحة الدينية:

منذ القدم كان الوازع الدينى من الدوافع التى تدفع الإنسان للسفر وتقوم السياحة الدينية سواء داخلية أم خارجية على العاطفة الدينية والرغبة فى إشباع هذه العاطفة. ومن أهم المواقع الدينية فى العالم:

أ- المعالم الدينية عند المسلمين ويأتى فى مقدمتها مكة المكرمة والمدينة المنورة فى المملكة العربية السعودية حيث يتجاوز

عدد الحجاج فى موسم الحج المليونى حاج بالإضافة إلى العمرة التى تستمر على مدار أشهر السنة. وبالدرجة الثانية تأتى المعالم الدينية فى العراق وعلى رأسها مراقد الأئمة فى النجف، كربلاء، الكاظمية، وسامراء، بالإضافة إلى مواقع سياحية دينية أخرى فى إيران وسوريا ومصر وفلسطين.

ب- المعالم الدينية عند المسيحيين ويأتى فى مقدمتها المدن المقدسة فى فلسطين، القدس، وبيت لحم، والفاتيكان فى إيطاليا بالنسبة للكاثوليك. كما أن هناك العديد من الكنائس والأديرة فى أرجاء العالم ومنها فى مصر مثل الكنيسة المرقسية فى الإسكندرية وبعض الأديرة فى وادى النطرون ودير سانت كاترين فى سيناء... الخ.

ج- المعالم عند اليهود وتتمركز بالدرجة الأساسية فى مدينة القدس. ومن الجدير بالذكر أن مدينة القدس موقع مهم فى مجال السياحة الدينية لمختلف الأديان السماوية الإسلامية والمسيحية واليهودية.

ء- المعالم الدينية عند البوذيين فى الهند.

٥- السياحة الاقتصادية:

ويطلق عليها أيضا سياحة الأعمال، وقد كان الدافع المادى التجارى منذ القدم من العوامل المهمة فى حركة الأسفار ويأتى فى مقدمتها حضور المعارض الدولية. وقد تطورت هذه السياحة فى الآونة الأخيرة من أجل إنجاز أعمال المشروعات، وأصبحت تنمو بسرعة، ويرجع ذلك إلى تطور ونمو العلاقات الاقتصادية الدولية، وتزايد المشروعات الضخمة المتعددة الجنسية. وقد أدى التوسع فى الاستثمارات فى الأسواق العالمية المختلفة إلى التوسع فى إرسال الوفود من الخبراء إلى الخارج. وهذه الفئة تحتاج إلى خدمات سياحية مثل النقل، الإيواء، خدمات الطعام والشراب وزيارات ترفيهية، وهكذا يتم فى الغالب الجمع بين الأهداف المادية والأهداف السياحية.

كما وأن المعارض الدولية تستقطب بالإضافة إلى رجال الأعمال والتجار عددا كبيرا من السياح الذين يأتون بهدف المشاهدة والتمتع وربما التبضع، وتشير الإحصائيات إلى أن نسبة السياحة الاقتصادية تشكل ٢٠ % من إجمالى حركة السياحة الدولية.

٦- سياحة المؤتمرات:

تعد استضافة المؤتمرات على اختلاف أنواعها وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة. وهى تتطلب إمكانيات سياحية كبيرة من حيث توفير أماكن الإيواء ووسائل النقل السياحى والتسهيلات السياحية الأخرى بالإضافة إلى توفير مستوى رفيع من حيث إعداد خبراء ومنظمى مدن المؤتمرات. وتعتبر سياحة المؤتمرات ذات مغزى إعلامى كبير وتتسابق الدول المختلفة على استضافة وتنظيم المؤتمرات لتحقق من وراءها مكاسب سياسية واقتصادية وإعلامية كبيرة.

٧- السياحة الترفيهية:

من الطبيعى أن كل نوع من أنواع السياحة يوفر الترفيه للسياح، ولكنه يأتى كهدف مكمل للأهداف الأخرى. فمثلا يتم الجمع بين الأهداف الاقتصادية والأهداف الترفيهية وبين الأهداف الدينية والترفيهية. إلا أنه فى السياحة الترفيهية أو كما تسمى بسياحة الاستجمام يكون الهدف الأساسى من وراء الرحلة هو تحقيق الترفيه ولذلك يسمى هذا النمط من السياحة بالسياحة الأصلية. ويقصد بالترفيه أن تحقق الرحلة السياحية الاستجمام والراحة للسياح ويتحقق ذلك من خلال الموقع

السياحى الذى يوفر هذه الراحة من خلال مجموعة من الظروف والعوامل التى تحقق للجسم والذهن الراحة المنشودة.

وتعتبر السياحة الصيفية والشتوية من أهم حركات السياحة الترفيهية وتستحوذ على أهمية نسبية كبرى فى السياحة العالمية. وبشكل عام تمتاز سياحة الاستجمام بطول فترة بقاء السائح الذى يصل فى العادة إلى ما بين ١٠ - ٢٠ يوم.

خامسا: معيار التأثير على ميزان المدفوعات:

وهنا يتم التمييز بين أنواع السياحة طبقا لتأثيرها على ميزان المدفوعات، وبموجب ذلك تقسم السياحة إلى:-

١- السياحة الإيجابية:

ويقصد بها سياحة الاستضافة أو سياحة الدخول، أى دخول السياح الأجانب من الجنسيات المختلفة إلى القطر. ويتحقق من جراء ذلك العائد السياحى والذى يقوم بدعم ميزان المدفوعات، وهذا يعنى أن تأثير هذا النمط السياحى سيكون إيجابيا على ميزان المدفوعات.

٢- السياحة السلبة:

ويقصد بها سياحة المغادرة أو سياحة الخروج، أى خروج السياح المواطنين إلى البلدان المختلفة. ويتحقق من جراء ذلك إنفاق سياحى يشكل عبئا على ميزان المدفوعات، وهذا يعنى أن تأثير هذا النمط السياحى سيكون سلبيا على ميزان المدفوعات.

سادسا: معيار القيود الإدارية:

ويعتمد هذا المعيار على حرية السائح وتأثير التشريعات والقيود المحلية والعالمية على حركة السياح. وبموجب ذلك تنقسم السياحة إلى نوعين:

١- السياحة الحرة:

وتعنى أن السائح يتمتع بحرية مطلقة من دون أن يكون خاضعا للقوانين الوضعية. وقلما تتحقق مثل هذه الحرية فى الحياة المعاصرة، وربما تحققت فقط فى العصور البدائية.

٢- السياحة المقيدة:

وتسمى أيضا بالسياحة الموجهة، وتعنى أن حركة السـياحة المحليـة والعالمية تكون محكومة بمجموعة كبيرة من التشريعات والقوانين التى تقيد من حرية السائح. وتستهدف هذه التشريعات حماية البلد والمحافظة على أمنه بالإضافة إلى أهداف سياسية واقتصادية أخرى.

وفى النهاية نود التنويه إلى أن هـذه التصـنيفات لأنـواع السـياحة المختلفة، وعملية العزل بينها والتمييز بين الأنماط المختلفة منها يحقق أغراضا علمية على صعيد الدراسة النظرية. أما فى الواقع العملى فلا توجد سياحة اقتصادية بحد ذاتها أو سياحة ثقافية بحد ذاتها ولا سياحة استجمام بحد ذاتها. وإنما الوقع يقول أنه فى الغالب يجمع السائح بـين عدة أنماط سياحية فى آن واحد خلال رحلة سياحية واحدة.

أسئلة الفصل الثانى

١- عرف ما يأتى (فى حدود سطرين): سياحة الاستضافة، سياحة المغادرة، السياحة الداخلية، سياحة الاستجمام، السياحة الموسمية، السياحة الاقتصادية، السياحة الإيجابية، السياحة السياسية، السياحة الصيفية، السياحة الشتوية، السياحة الثقافية، السياحة المحمولة ذاتيا، السياحة الاجتماعية، السياحة السلبية، سياحة المؤتمرات، سياحة المعارض.

٢- ناقش تأثير الموسمية على النشاط السياحى مشيرا إلى أسباب الموسمية

٣- حدد أهم المواقع للسياحة الصيفية والسياحة الشتوية فى العالم مع إشارة إلى الأنشطة والفعاليات التى تمارس فيها.

٤- قارن بين السياحة الاجتماعية، السياحة الجماعية، سياحة الاتصالات الاجتماعية.

٥- بين العوامل التى أدت إلى نمو السياحة الداخلية وتفوقها على السياحة الخارجية.

٦- تكلم عن السياحة الفردية (الرحلات المستقلة) مشيرا إلى متطلباتها بالذات على صعيد السياحة الخارجية.

٧- قارن بين السياحة الفردية والسياحة الجماعية.

٨- تكلم عن السياحة الرياضية وما هى أشهر أنواعها.

٩- تكلم بالتفصيل عن السياحة العلاجية.

١٠- ما هو مضمون نظرية ماسلو، وكيف تستخدم لتصنيف السياحة، وما هى أهم البواعث السياحية بموجب هذه النظرية.

المصـــــادر

العربية:

١- د. محمود كامل - السياحة الحديثة علما وتطبيقـا - الهيئــة المصرية العامة للكتاب - القاهرة ١٩٧٥.

٢- د. صلاح الدين عبد الوهاب - المنهج العلمى فــى صــناعة السياحة - المجلد الأول - النظرية العامة للسياحة - مطــابع دار النشر للجامعات المصرية - القاهرة ١٩٦٧.

٣- د. نبيل الروبى - مذكرات فى نظريــة الســياحة - جامعــة الإسكندرية - كلية السياحة والفنادق - الإسكندرية ١٩٨٣.

٤- د. مثنى طه الحورى وآخرون - المبادئ العامة للســياحة - الجامعة المستنصرية - كلية الإدارة والاقتصاد - قسم السياحة وإدارة الفنادق - محاضرات مطبوعــة بــالرونيو - مكتبــة الرواد - بدون تاريخ.

٥- إسماعيل محمد على الــدباغ - إدارة المنشــآت الســياحية - الجامعة المستنصرية - كلية الإدارة والاقتصــاد - - قســم السياحة وإدارة الفنادق - محاضرات مطبوعــة بــالرونيو - مكتبة الرواد - بغداد - بدون تاريخ.

٦- د. عبد الرحمن أبو رباح - السياحة العربية أنباء ومرتكزات - منشورات الاتحاد العربى للسياحة - عمان ١٩٧٥.

٧- د. عبد الرحمن أبو باح – السياحة العربية قواعد وأساليب – منشورات الاتحاد العربى للسياحة – عمان ١٩٧٥.
٨- أنعام داود حنا – التخطيط للتنمية السياحية مع التطبيق على أهوار العراق رسالة ماجستير – جامعة بغداد – كلية الإدارة والاقتصاد – قسم الإدارة – بغداد ١٩٨٠.
٩- ثائر هادى موزاى – تسويق النتوج السياحى فى العراق، رسالة ماجستير – الجامعة المنتصرية – قسم إدارة الأعمال – بغداد ١٩٨٤.
١٠- الاتحاد العربى للسياحة – سياحة الشباب – عمان – بدون تاريخ.
١١- الهيئة السياحية الرسمية للجامعة العربية – مجلة السياحة العربية – ملحق أبحاث العدد ٢٦ أيار – حزيران ١٩٧١ – والعدد ٢٩ آذار – نيسان ١٩٧٢.
١٢- سيد موسى – كتابات سياحية

الأجنبية:

١- Salah Wahab – Tourism Management – Tourism International Press – London ١٩٧٥.

٢- Michael Peters – International Tourism – First edition – London ١٩٦٩

٣- Robert W. Macintosh – Tourism: Principles, Practices and Philosophies – GRID, INC ١٩٧٢.

٤- A.J. Barkart and Medlik – The Management of Tourism – First edition – Tourism International Press – London ١٩٧٥.

٥- A.J. Barkart and Medlik – Tourism, Past, Present, and Future – Heinemann – London ١٩٧٦.

الفصل الثالث

السياحة وارتباطها بالعلوم والظواهر الإنسانية

السياحة علم قائم بحد ذاته:

يعرف العلم على أنه (المعرفة الدقيقة التى ثبتت صحتها عقليا لأمور معينة ومحدودة). وتشترك العلوم جميعا فى كونها تفترض أن هناك علاقات منظمة بين الظواهر المختلفة، وهى تحاول الكشف عن هذه العلاقات والتوصل إلى القوانين أو النظريات، وذلك لغرض التنبؤ والضبط. ويتحقق ذلك من خلال اعتماد الأسلوب العلمى القائم على أساس الملاحظة والوصف، فعلى الباحث أن يلاحظ ويتابع بدقة طريقة التفاعل بين الظواهر المختلفة، ومن ثم يقوم بوصف هذه الظواهر وطبيعة العلاقات القائمة بينها وهذا يعتمد على مدى توافر المقاييس الكمية الدقيقة لكى يستطيع أن يصف بدقة نوعية وقوة واتجاه العلاقات المختلفة بين الظواهر. وباستمرار المتابعة للظواهر المدروسة لعدة مرات وإخضاعها للتجربة والاختبار يستطيع الباحث أن يتوصل فى نهاية الأمر لصياغة قاعدة أو نظرية معينة. والقاعدة أو النظرية التى نتوصل إليها تكون بشكلها المطلق فى العلوم الصرفة وتنطبق بطريقة آلية مع اختلاف الزمان والمكان كما هو الحال فى الفيزياء والكيمياء مثلا. إلا أن القاعدة أو النظرية فى العلوم الإنسانية تعد نسبية والكلام

عن الجوانب المؤكدة يجب أن لا يغفل الجوانب الاجتماعية، ويرجع سبب ذلك إلى عدم استقرار وثبات الظاهرة الإنسانية، إذ إنها تعتمد على العوامل النفسية التى تحكم سلوك الإنسان والذى تجعله متقلب المزاج، وبالتالى ينعكس ذلك على درجة ودقة الظاهرة الإنسانية أو الاجتماعية.

بناء على هذه المقدمة فإن الكيمياء تعد من العلوم الصرفة، وهناك العديد من النظريات والقواعد الكيميائية المطلقة التى تدرس العلاقة بين مجموعة من الظواهر مثل قاعدة التبخر، فكلما زادت درجة الحرارة زادت نسبة التبخر، وهذا ما يحدث فى كل زمان وكل مكان أما علم الاقتصاد فيعد من العلوم الإنسانية والاجتماعية، ويشتمل على العديد من الأسس والقواعد والنظريات العلمية التى تحكم سلوك الإنسان المادى. ومنها مثلا نظرية الطلب التى تنص على أن هناك (علاقة عكسية بين الثمن المطلوب والكمية المطلوبة، فكلما زاد الثمن قلت الكمية المطلوبة والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة).

وعلى الرغم من أن هذه النظرية تشكل قاعدة عامة إلا أنها تبقى مسألة نسبية لا تصل إلى الحد المطلق، فهناك استثناءات لنظرية الطلب كما فى الحالات التالية:

١- على الرغم من ارتفاع الثمن فإن الطلب يرتفع (العلاقة طردية) عندما يشعر المستهلك أن السلعة سوف تنفذ من السوق.
٢- وعلى الرغم من انخفاض الثمن فإن الطلب ينخفض (العلاقة طردية) عندما يتوقع المستهلك حدوث انخفاض مرة أخرى فى الثمن إلى حد أدنى من ذلك.

وعموما فإن أى علم ضمن العلوم الإنسانية أو الاجتماعية لا بد وأن يتميز بما يأتى:

- إتباع المنهج العلمى فى دراسة سلوك الإنسان.
- استخدام المقاييس الكمية المتمثلة فى الرياضيات والإحصاء وبمساعدة الحاسب الآلى فى تحليل العلاقات القائمة بين الظواهر.
- أن تكون النظريات المستنبطة مدعمة بالبراهين والشواهد والحقائق المستمدة من الواقع.

- أن يعالج مشاكل حقيقية قائمة فعلا ويعانى منها المجتمع والإنسانية.

والآن وبعد أن اطلعنا على مفهوم العلم سواء كان صرفا أو إنسانيا، أين موقع السياحة بين ذلك، وهل السياحة علم أم ماذا ؟ وإذا كان علما، فهل يصنف ضمن العلوم الصرفية أم العلوم الإنسانية ؟

فى عام ١٩٦٢ فى المؤتمر الثالث عشر للجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين الذى عقد فى يوغوسلافيا، قدم فريق من الخبراء السياحيين الفرنسيين بحثا عن (إمكانيات وحدود التخطيط السياحى). وقد كانت هناك وقفة معارضة للخبير الفرنسى (بير دوفير) عن سبب الدعوة للتخطيط السياحى، لأن التخطيط يجب أن يقوم على إحصاء متكامل، واعترض على الإحصاء السياحى آنذاك لكونه مشوبا بمعدل خطأ لا يسمح باستخدامه للملاحظة والوصف، وخلص إلى القول بأن علم السياحة ما يزال جنينا فى الأحشاء. ويجب الانتظار مدة طويلة لكى يتكامل الإحصاء السياحى الذى سيصبح القاعدة الأساسية لبناء علم السياحة. وأن السياحة كما تذهب أوساط عديدة فى حينها فن ولم تصبح بعد علما.

ويعرف الفن على أنه (مجموعة من العناصر أو الأعمال التى يستعين بها الإنسان بهدف إنتاج ما لضمان بقائه أو لتحسين حاله أو للمتعة الذهنية أو المعنوية) ويلاحظ أن الفارق بين العلم والفن يتركز فى الجانب الكمى الإحصائى. فالعلم قائم على أساس إمكانية قياس العلاقة بين الظواهر المتفاعلة بشكل دقيق، فى حين أن الفن يعجز عن ذلك.

وبعد عام ١٩٦٢ شهد الإحصاء السياحى تطورا كبيرا. فقد أصبحت القواعد الخاصة بالإحصاء السياحى قواعد دولية مستقرة تكاد تتلافى معدلات الأخطاء فى نتائجها وهكذا أصبح الإحصاء السياحى الأساس العلمى المعتمد فى تفسير العلاقات بين مختلف المتغيرات المتفاعلة ضمن حدود الظاهرة السياحية. وأصبحت أجهزة الإحصاء السياحى أجهزة لا غنى عنها فى كل الوزارات والمؤسسات والإدارات التى تتولى الشئون السياحية فى جميع البلدان.

وهكذا فبتطور الإحصاء السياحى واعتماده من قبل الباحثين، زالت الحجة التى استند عليها (بير دفير) الفرنسى، وأقر بأن الحنين قد تكامل وأصبح حقيقة وأن السياحة أضحت علما. وقد جاء ذلك فى عام ١٩٧٢ فى مؤتمر الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين، إذ قدم دوفير نفسه بحثا سياحيا بعنوان (إرساء قواعد علم الأنماط المتكامل للمصادر والأنشطة السياحية).

ولأن السياحة ظاهرة لها علاقات متعددة مع الظواهر الأخرى، وفى الظاهرة السياحية نفسها هناك عدد كبير من المتغيرات التى تتفاعل فيما بينها. فقد أصبح بالإمكان ملاحظة هذه العلاقات وتقديم الوصف العلمى الكمى لها، والتوصل إلى نظريات علمية نسبية وليست مطلقة. وبناء على ذلك فإن السياحة أضحت علما ينتمى إلى مجموعة العلوم الإنسانية أو الاجتماعية.

وعلم السياحة بمضمونه الشامل كالعلوم الأخرى كل منها يضم فروعا متعددة. فعلم القانون مثلا يضم القانون العام والقانون الخاص والقانون الإدارى... الخ. وعلم الاقتصاد يضم الاقتصاد السياسى، والاقتصاد الزراعى، والاقتصاد الرياضى...الخ. وكذلك الحال بالنسبة لعلم السياحة بمضمونه الشامل فهو يضم مجموعة من العلوم الفرعية كالاقتصاد السياحى، التخطيط السياحى، التسويق السياحى، الجغرافية السياحية، الإرشاد السياحى... الخ.

ويبدوا واضحا مما تقدم أن إمكانية وضع كتاب واحد فى علم السياحة أمر عسير لأن العلم يضم فروعا متعددة لا يمكن حصرها فى كتاب واحد. كما لا يمكن لشخص أن يتخصص فى كل هذه الفروع فى آن واحد. بناء على ذلك ونظرا لتوسع علم السياحة وتشعبه، فإن فكرة

دمجه مع علم من العلوم الأخرى غير واردة، فلا يمكن اعتباره جزءا من علم الإدارة، أو جزء من علم الاقتصاد، أو أى علم آخر. وإنما هو علم قائم بذاته ويمتلك جميع المقومات لذلك. وأصبح هذا العلم يدرس فى الكثير من الجامعات العلمية الأمريكية والأوروبية والعربية، ووصل إلى أعلى المستويات على صعيد الماجستير والدكتوراه. ومما زاد فى تطور علم السياحة استخدام أجهزة الحاسب الآلى الذى سهل بالذات مهمات الإحصاء السياحى الذى هو القاعدة الأساسية لتقدم أى فرع من فروع علم السياحة.

طبيعة العلاقة القائمة بين السياحة والعلوم والظواهر الأخرى:

من المفيد جدا أن نذكر أنه عند دراستنا لعلاقة السياحة بالعلوم والظواهر الأخرى سوف نجد أنه من الممكن وفى أغلب الأحيان أن تكون العلاقة متبادلة وتعمل فى اتجاهين، فعلى سبيل المثال الثقافة تؤثر فى السياحة وفى نفس الوقت فإن السياحة تؤثر فى الثقافة. وبناء على ذلك فسوف نراعى هذا النوع من التفاعل المتبادل من خلال استعراضنا لعلاقة السياحة بالعلوم والظواهر الأخرى كما يلى:

علاقة السياحة بالاقتصاد

أولا: تأثير الاقتصاد فى السياحة:

يعد العامل المادى (الاقتصادى) القاعدة الأساسية لنشوء وقيام السياحة. فمن شروط السائح الأساسية أن يمتلك المال الكافى للإنفاق على الرحلة السياحية. وهذا يعنى أنه ليس كل فرد لديه القدرة على الإنفاق السياحى، وبالتالى فإن الظاهرة السياحية لا يمكن أن تتحقق فى ظل اقتصاد متخلف يشكو العوز وتدنى المستوى المعيشى ومستوى الدخل، فالمعروف أن لكل مستهلك جدول طلب يرتب فيه حاجياته بشكل متسلسل حسب الأهمية، فالسلع الضرورية تحتل أعلى القائمة. والسياحة بوصفها حاجة كمالية فمن الطبيعى أن يكون موقعها فى أسفل جدول الطلب. فإذا كانت الإمكانيات المادية للمستهلك متواضعة يكتفى بشراء الحاجات الضرورية فقط وكلما زاد دخله تمكن من شراء السلع الأقل ضرورة إلى أن يصل إلى مستوى مادى متمكن يستطيع بموجبه أن يمارس الإنفاق السياحي. وهكذا نصل إلى أن الاقتصاد متمثلا فى عامل الدخل هو المحدد الرئيسى للطلب السياحى.

وبقدر ما تنعكس الإمكانيات المادية على جانب الطلب السياحى، فهى تؤثر أيضا فى جانب العرض السياحى. فتطـور العـرض السـياحى والاستثمار السياحى يتوقف على حجم الادخار. فالاقتصـاد القـومى القوى ترتفع فيه نسبة الادخار بما يمكن أفراد المجتمع مـن ممارسـة الإنفاق على الاستثمار السياحى والذى يعد أساسا لعملية تطور العرض السياحى والذى يتمثل بإنشاء مختلف المنشآت السياحية من أماكن إيواء وأماكن تقديم الطعام والشراب والمنشآت التكميلية الأخرى مثل مشاريع البنية التحتية والمنشآت التى تمد السياحة بعناصر الإنتاج وكـل مـا يسخر لخدمة السياح.

هكذا إذاً فإن الاقتصاد متمثلا فى عاملى الدخل والادخار يؤثر بشـكل فعال فى النشاط السياحى من خلال الطلب والعرض السياحى. وعموما يمكن القول بأن تطور النشاط السياحى يتوقف بشـكل مباشـر علـى التطور الاقتصادى. وهذه الحقيقة يمكن ملاحظتها فى الواقع العملـى، ففى فترات الكساد الاقتصادى يتراجع النشاط السياحى، وفى فتـرات الرخاء الاقتصادى تنتعش السياحة.

ثانيا: تأثير السياحة فى الاقتصاد:

بقدر ما للاقتصاد من تأثير كبير فى السياحة، ففى المقابل للسياحة تأثير كبير فى الاقتصاد. فالسياحة نشاط متعدد الجوانب وهى تعد فعلا نشاطا اقتصاديا، وحيث أنها تعمل على إشباع رغبات الإنسان من خلال استغلال الموارد الطبيعية المتاحة. وتعمل على مزج عناصر الإنتاج الأربعة بعضها مع بعض لكى تحولها إلى خدمات سياحية (المنتج السياحى) المفيد للاستهلاك البشرى. وهى بذلك شأنها شأن أى نشاط اقتصادى آخر.

وللسياحة العديد من الآثار المهمة فى الاقتصاد القومى منها آثار مباشرة، وأخرى غير مباشرة. ويمكن أن نستعرضها فيما يلى:

الآثار المباشرة التى تعكسها السياحة على الاقتصاد:

أ- آثار السياحة فى الدخل القومى.
ب- أثارها على ميزان المدفوعات.
ج- آثارها على العمالة.
ء- أثرها على إعادة توزيع الدخل.
هـ- أثرها على المستوى العام للأسعار.

آثار غير مباشرة تنتجها الأنشطة السياحية وتشمل:

أ- الأثر المضاعف.
ب- آثارها على سوق بعض السلع.
ج- أثرها على تنمية المرافق الأساسية.
ء- أثرها على جذب الاستثمارات الأجنبية.

أولا:الآثار المباشرة:

أ- أثر السياحة فى الدخل القومى:

١- تغل السياحة دخلا بالعملات الحرة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها.
٢- يتغلغل هذا الدخل بسرعة وبطريقة مباشرة فى قاعدة توزيع عريضة فى الاقتصاد القومى بما يحقق زيادة فى الدخل لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها وإنما تستفيد منها أيضا قطاعات عديدة فى الاقتصاد القومى.

ب-أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

يمكن تعريف ميزان المدفوعات فى الدولة بأنه مجموعة حسابات مالية تعكس الإيرادات أو المكاسب للدولة من خلال علاقاتها مع الدول الأخرى من جانب والمصروفات من جانب آخر خلال مدة سنة كاملة.

وتأتى إيرادات الدولة من مجموع الأموال الداخلة لها والناتجة عن تصدير السلع المنظورة وغير العينية إلى دولة أخرى، أما المسحوبات أو المصروفات فهى الأموال التى تدفع إلى الدول الأخرى مقابل استيراد البضائع والمنتجات العينية وغير المنظورة، فيكون ميزان مدفوعات الدولة بتبسيط شديد هو الفرق بين الإيرادات والمصروفات.

ويمكن ببساطة تصور ميزان المدفوعات كالتالى:

١- الحساب الجارى

نتائج العمليات

أ-
- تصدير السلع +
- استيراد السلع −

ب-
- سياحة من الخارج +
- سياحة إلى الخارج −
- خدمات نقل على بواخر وطنية +
- خدمات نقل على بواخر أجنبية −

ج-
- فوائد محصلة +
- فوائد مدفوعة −
- تحويلات من الخارج +
- تحويلات إلى الخارج −

٢- حساب رأس المال

ء-
- استثمارات من الخارج +
- استثمارات إلى الخارج −

٣- حساب الذهب

هـ-
- ذهب +
- ذهب −

يتضح من البيان السابق ما يلى:

١- البندين الموضحين فى "أ" يمثلان الصادرات السلعية والواردات السلعية، وتندرج الصادرات فى جانب الإيرادات كما تندرج الواردات فى جانب المدفوعات – وتمثل "أ" ميزان التجارة المنظورة.

٢- البنود المدرجة فى "ب" تمثل الخدمات التى قدمتها الدولة للعالم الخارجى والخدمات التى حصلت عليها منه، وتمثل الأولى جانب الإيرادات (سياحة من الخارج وخدمات نقل على البواخر الوطنية) وتمثل الثانية جانب المدفوعات (سياحة إلى الخارج وخدمات نقل على بواخر أجنبية) – وتمثل "ب" ميزان التجارة غير المنظورة.

٣- أما بندى "ج" وهى فوائد قروض وتحويلات محصلة فهى تمثل جانب إيرادات، أما الفوائد المدفوعة والتحويلات إلى الخارج فهى تمثل جانب المدفوعات. ويمثل أ، ب، ج عناصر الحساب الجارى.

٤- أما البنود المدرجة فى "ء" وهى الاستثمارات التــى حصــلت عليها الدولة من الخارج فهى "لإيرادات" أما الاستثمارات إلى الخارج فهى "مدفوعات" - وهذه البنود تمثــل حســاب رأس المال.

٥- ويبقى الحساب الأخير وهو حساب "الذهب" فإذا حدث عجــز فى مجموع الحسابات الأخرى فإن الدولة تبيــع الــذهب وإذا حدث فائض فيه فهى تشترى الذهب.

ويلاحظ بصدد ميزان المدفوعات أن كل دولة يهمهــا أن تزيــد مــن الإيرادات (الزوائد) وتقلل من المدفوعات (النواقص).

ولمزيد من الإيضاح لاستخدام السياحة كعنصر فعال فى دعم ميــزان المدفوعات فى الدول النامية يمكننا القول بأن:

أ- فرص المنافسة قليلة فى الصادرات السلعية حيــث أن الدول النامية لا تستطيع التنافس مع الدول المتقدمة فى هذا المجال، وحيث أن هذه الــدول الأخيــرة تضــم

إمكانيات كبيرة فى مجال السلع المصنعة تفوق الدول النامية.

ب-أن أسعار المنتجات السياحية فى الدول النامية يمكنها التنافس مع أسعار المنتجات فى الدول المتقدمة وذلك لأنها تضم إمكانيات كبيرة فى مجال صناعة السياحة فى الوقت نفسه الذى تملك فيه كثير من هذه الدول النامية إمكانيات سياحية جاذبة عديدة.

ج- هناك ضرورة ملحة لنقل التكنولوجيا فى المجال الصناعى فى الدول النامية، أما فى المجال السياحى فالحاجة إلى التكنولوجيا المتقدمة أقل، ويستتبع ذلك تخلص جزئى من الاعتماد على الخارج، وتخلص جزئى من التبعية التكنولوجية، وتوفير للنقد الأجنبى المستخدم فى استيرادها.

ء- معدل التغير بالنسبة لصناعة السياحة ضئيل بالنسبة للصناعات الأخرى فالتطورات التى تحدث فى إنتاج السلع سريعة متلاحقة ويجب ملاحظتها أولا بأول، أما فى السوق السياحى فإن الأمر يختلف حيث يكون

معدل التغيير أقل، وهذه النقطة لها أهمية كبرى وتلائم أوضاع الدول النامية وخاصة مصر.

ج- أثر السياحة على العمالة:

تخلق السياحة فرص للعمل لم تكن موجودة، وبذلك تقضى على البطالة المكشوفة أو البطالة المقنعة وخاصة بطالة المتعلمين، فالسياحة نشاط اقتصادى متزايد وخاصة فيما يتعلق بالقوى العاملة حيث تحتاج إلى أعداد كبيرة من حيث الحجم والنوعية تبعا لمشترى أنشطة السياحة.

ء- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل:

تؤدى السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق الأقل حظا من التنمية، إذ تتجه التنمية السياحية غالبا إلى المناطق التى تتوفر لها مزايا طبيعية ومناخية أقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران المدنى كالشواطئ ومناطق الجبال والبحيرات والتى كثيرا ما تكون محرومة من العمران الذى غالبا ما يصاحب التقدم الصناعى.

وامتداد السياحة إلى هذه المناطق البعيدة يعيد التـوازن إليهـا نتيجـة الاستثمارات التى تصاحب الدخول فى المشروعات السياحية، وبالتالى تزيد من دخول المنشآت والأفراد فى تلك المناطق بحيث يستفيد مـن ذلك العاملون بها، ويتوقف تيار الهجرة من الريف ومن هذه المنـاطق البعيدة إلى المدن الكبيرة.

وقد حدث ذلك بوضوح فى أسبانيا عند تطوير شـاطئ ملاجـا فـى الجنوب، وشاطئ الشمس Costa del Sol، وشاطئ برافا Costa Brava del وكانت مناطق تكاد تخلو من السكان، ونتيجة لتنميتهـا سياحيا تطورت إلى مراكز غنية نشأت بها صناعات كثيرة وأنشـطة متعددة.

هـ- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار

وربما يكون هذا الأثر سلبيا إلى حد كبير، فالسياحة كقطـاع إنتـاجى يزيد من الإنتاج والاستهلاك إلى حد كبير، وبذلك تميل الأسعار إلـى الارتفاع نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات.

والسبب المباشر فى ارتفاع الأسعار هو ازدياد الطلب على الأراضـــى اللازمة لإقامة المشروعات السياحية التى عادة تحتاج لمساحات كبيرة من الأرض والمضاربة التى يقوم بها ملاك الأراضى أو الأشـــخاص القادرين على شراء الأرض وحبسها عن التعامل أو البناء حتى ترتفع أثمانها ولذلك فإنه من الضرورى أن تتدخل الحكومات فى ذلك عـــن طريق فرض شروط على التصرف المستقبلى لهذه الأراضى.

ثانيا: الآثار غير المباشرة:

أ- الأثر المضاعف للسياحة:

الإنفاق السياحى هو كل ما يصرفه السائح مقابل اســتهلاك الخــدمات السياحية سواء كان إنفاقا من مواطنى الدولة أو إنفاقا مــن الزائــرين الأجانب، وما يكون إنفاقا من مستخدمى أو مستهلكى الخدمات السياحية يكون هو بذاته دخلا لمنتجى هذه الخــدمات، وكلمــا زاد الاســتهلاك السياحى نتيجة زيادة عدد السائحين والليالى السياحية كلما زاد الإنفاق السياحى. ويكون مجموع الإنفاق السياحى معظــم حجــم الإيــرادات السياحية الإجمالية (يشمل الإنفاق السياحى الإقامة – الطعام والشراب – وسائل النقل الداخلية – زيــارة المعــالم الســياحية – الترفيــه – المشتريات...الخ).

وكل إنفاق سياحى لا تقتصر آثاره عادة على المبلغ الذى يتحدد به هذا الإنفاق ابتداء، ولكنه يتعدى ذلك إلى أضعافه نتيجة كثير من المعاملات التى يمر بها مبلغ من مبالغ هذا الإنفاق. فالإنفاق على الخدمات الفندقية مثلا يمثل انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب الفنادق والمشتغلين فيها، ويتفرع من هذا سلسلة أخرى من المصروفات هى إنفاق القائمين على صناعة الفنادق على تجديد الأثاثات مثلا وأدوات المطبخ وتكييف الهواء...الخ. وهؤلاء بدورهم ينفقونه على سلع وخدمات أخرى، وهكذا، مما يعنى زيادة حجم الإنفاق العام نتيجة زيادة حجم الحركة الفندقية، وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال كذلك عن سائر أنواع الخدمات الأخرى مثل خدمات الرحلات السياحية، والطيران والملاحة والنقل البرى والنهرى... الخ.

ب- أثر السياحة على سوق بعض السلع

تبين من الدراسات الحديثة أن السائحين يحتفظون بجزء من ميزانيتهم المخصصة للسياحة والترويح للإنفاق على المشتريات من الدولة التى يزورونها، ليس فقط لشراء التذكارات السياحية ولكن لشراء بعض المنتجات الوطنية أيضا كالساعات من سويسرا، والملابس الصوفية من اسكتلندا والمصنوعات الحريرية من إيطاليا والآلات المنزلية من ألمانيا والسجاد والمنسوجات اليدوية من إيران وتركيا ومنتجات خان

الخليلى والمنتجات القطنية والجلدية من مصر.. وهكذا. ويعتبر هــذا الإنفاق من قبيل التصدير لمنتجات وطنية دون حاجــة إلــى شــحن وتسويق خارجي.

ج- أثر السياحة على تنمية مرافق الدولة

ويظهر هذا الأثر بوضوح فى الدول النامية التى لم تصل فيها المرافق الأساسية من طرق ومشروعات صرف صحى وميــاه شــرب إلــى المستوى المناسب نظرا لانخفاض مستوى المعيشة.

وتنمية هذه المرافق يحتاج لرؤوس أموال ضخمة لا تحقق عائدا سريعا مما يعوق من قدرة الدولة النامية على تعميم هذه المرافق، ولذلك فإن زيادة الحركة السياحية بصورة منتظمة وما يترتب على ذلك من دخل سريع بالعملات الحرة يزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقهــا الأساسية.

ء- مساهمة السياحة فى زيادة فرص الاستثمار الأجنبى والوطنى

أثبتت التجارب أن المشروعات السياحية من أكثر المشروعات جـذبا لرؤوس أموال المستثمرين الأجانب والوطنيين مثلما حدث فى إيطاليا وأسبانيا والمكسيك واليونان وإنجلترا.

ولعل السبب فى ذلك أن السياحة كصناعة مركبة تتضـمن مجـالات عديدة مختلفة للاستثمار مثل الفنادق - مراكز الاستشفاء - المطاعم - الملاهى - مراكز الرياضة والترويح والقـرى السـياحية والبـواخر السياحية وشركات السياحة ووسائل النقل السـياحى بالإضـافة إلـى المشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية وقرى سياحية بالكامل.

ومن الجدير بالذكر، أخيرا، أنه من خصائص القطاع السـياحى أنـه قطاع كثيف التشابكات مع القطاعات الأخرى، وهو بذلك يكون بمثابة المحرك الديناميكى للاقتصاد القومى، فهو ينشط القطاعـات الأخـرى الصناعية والزراعية والخدمية، وبالتالى فإن انتعاش السـياحة يعنـى انتعاش الاقتصاد القومى بكاملة والعكس صحيح، ومن أمثلـة البلـدان التى تعول فى اقتصادياتها على النشاط السياحى بدرجة أساسية أسبانيا، اليونان، مصر، تونس، لبنان، بلدان جزر البحر الكاريبى.

علاقة السياحة بالسياسة

تمثل السياسة البناء الفوقى للمجتمع والمسيطر على كافة مقدرات البلد والمهيمن والمسير لكل الأنشطة والفاعليات مهما اختلف نوعها. وتعمل السياسة متمثلة فى القيادة العليا للبلد على رسم الخطوط الاستراتيجية العريضة النابعة من طبيعة الفكر السياسى الذى يمثل النظام المعتمد فى البلد. وبموجب الأهداف السياسية المرسومة يتم تحديد أبعاد كل قطاع والدور المطلوب منه والمهام الملقاة عليه.

والقطاع السياحى كأى قطاع اقتصادى آخر يتأثر بالسياسة العامة للبلد، بل هو الأكثر تأثرا بالعلاقات السياسية، فمن طبيعة النشاط السياحى كونه نشاطا حساسا جدا للأحداث السياسية.

علاقة السياحة والفكر الاستراتيجى للبلد:

لا يعتبر المناخ الاقتصادى والعوامل المادية فقط هى كل العوامل التى تتحكم فى النشاط السياحى فالأهم من ذلك طبيعة الفكر السياسى للبلد، ونظرة القيادة السياسية للنشاط السياحى. ففى بعض الأحيان وبالذات فى البلدان الاشتراكية أو البلدان النامية، تنمو وتزدهر السياحة إذا كانت تلاقى دعما من القيادة السياسية حتى فى ظل غياب الجانب

المادى. وفى بعض أحيان أخرى يبقى النشاط السياحى محدودا جدا إذا كانت القيادة السياسية ترتئى له ذلك حتى فى ظـل تحقـق الجانـب المادى. فهناك اتجاهات سياسية أكثر انفتاحا، تنظر إلى السياحة علـى أنها نشاط مهم يحقق العديد من الأهـداف (السياسـية، الاجتماعيـة، الثقافية بالإضافة إلى الأهداف الاقتصادية)، ولا يتعارض مـع القـيم والأخلاق والدين والسلوك العام للبلد. وبناء على ذلك يتم التخطيط من أجل توسيع رقعة القطاع السياحى، وترصد الأمـوال الكافيـة لـذلك وتشرع الحكومات فى تنفيذ تنميـة سـياحية شـاملة وفـى مختلـف المجالات. وقد يتولى القطاع العام دور الريادة فى هذا المجال، زيـادة على الدعم المقدم للقطاعات الأخرى من أجل تفعيل دورها فى عملية التنمية السياحية بما يؤدى إلى تطور القطاع السياحى. ويمكن الإشارة إلى أهم الوسائل التشجيعية لدعم القطاع الخاص بما يأتى:

١- منح التراخيص لإنشاء المشاريع وتقـديم التسـهيلات بهـذا الخصوص.

٢- تقديم القروض والمساعدات للمستثمرين فى القطاع السـياحى الخاص بنسب فائدة منخفضة.

٣- منح تراخيص الاستيراد من أجل توفير عناصر للاستثمار السياحى.

٤- الإعفاءات الضريبية لدعم المشاريع السياحية.

٥- فسح المجال للمستثمرين فى النشاط السياحى للتمتع بعائداتها من العملات الأجنبية وعدم احتكار الحكومة للتعامل بالعملات الأجنبية.

٦- تخفيض الرسوم المفروضة على المشاريع السياحية مثل رسوم الماء والكهرباء والهاتف... الخ.

٧- إنشاء المدارس والمعاهد السياحية لإعداد كادر متخصص بالسياحة والفنادق.

٨- فسح المجال أمام المال الأجنبى للاستثمار فى النشاط السياحى.

وقد تصل إجراءات الحكومة إلى أبعد من ذلك، من خلال تقديم التسهيلات الخاصة بالطلب السياحى، والمتمثلة فى الانفتاح على السياحة العالمية وتخفيف الإجراءات الخاصة بدخول السياح الأجانب للبلد وتقديم كافة التسهيلات لهم.

وهكذا إذا يكون وضع النشاط السياحى فى ظل سياسة تؤمن بالانفتاح، ولا تقر بتعارض السياحة مع القيم والدين والأخلاق والسلوكيات العامة للبلد. كما تؤمن بالدور الفعال للسياحة من حيث كونها قطاعا يعكس واجهة مشرفة للبلد أمام الأجانب.

وفى المقابل هناك اتجاهات سياسية أقل انفتاحا، تنظر للسياحة على أنها ظاهرة تتضمن فى طياتها بعض الجوانب التى تتعارض مع السياسة العامة للبلد وتتناقض مع العادات والتقاليد والدين والسلوك العام لأفراد المجتمع، وبناء على ذلك فإنها تأخذ جانب الحذر فى التعامل مع السياحة. وعلى الرغم من الفوائد الاقتصادية التى يحتمل تحققها بفعل النشاط السياحى، إلا أن القيادة السياسية تصر على ضرورة تحجيم القطاع السياحى، واقتصار السياحة على أنماط معينة ومحدودة تتماشى مع البعد السياسى المرسوم للبلد والقائم على أساس العلاقات غير المادية المتمثلة فى كل ما يحويه السلوك العام للمجتمع.

وإزاء هذه الرؤية السياسية الضيقة للنشاط السياحى، تبدأ الحكومات فى اتخاذ العديد من الإجراءات للحد من توسيع ظاهرة السياحة وتحجيمها ودفعها فى اتجاه ضيق وبأطر محدود وبما ينسجم مع سياستها، ويشمل هذا الاتجاه جانبى العرض والطلب السياحى، وتتجسد فيما يأتى:

إجراءات للحد من العرض السياحى:

١- عدم منح تراخيص ممارسة المهن السياحية.
٢- فرض ضرائب بنسب عالية على النشاط السياحى.
٣- عدم تقديم القروض والمساعدات المالية للمستثمرين فى القطاع السياحى.
٤- زيادة الرسوم على النشاط السياحى.
٥- وضع القيود والحوافز أمام رأس المال الأجنبى الراغب فى الاستثمار السياحى.
٦- وضع العراقيل وتشديد الإجراءات الخاصة بالاستثمار السياحى.
٧- احتكار الحكومة للتعامل بالعملات الأجنبية.

هنالك إجراءات للحد من الطلب السياحى الخارجى الوافد للبلد وتتمثل فى:

١- عدم منح تأشيرة الدخول للسياح الأجانب الراغبين فى زيارة البلد.
٢- فرض الضرائب والرسوم على السياح الوافدين.
٣- اعتماد سعر صرف ثابت للعملات الأجنبية الخاصة بالسياحة.
٤- اعتماد التعريفة الإجبارية المفروضة على السياح الأجانب الوافدين للبلد.
٥- تشديد إجراءات الدخول إلى البلد.
٦- وضع القيود والعراقيل أمام حركة السياح داخل البلد.

وهناك إجراءات للحد من ظاهرة سفر المواطنين للخارج وتتمثل فيما يلي:

١- صعوبة الموافقة للحصول على جواز السفر.
٢- فرض الضرائب والرسوم على المغادرين إلى الخارج.
٣- إيقاف التحويل للسياح المواطنين المغادرين إلى الخارج.
٤- وربما يصل الامر إلى حد منع السفر للخارج.

تأثر السياحة بالتغيرات السياسية المرحلية:

قد يمر البلد بظروف استثنائية فى مرحلة زمنية معينة، وقد يتطلب ذلك تغيير وقتى فى السياسة العامة للبلد لمواجهة التحديات والتغلب عليها مما يضطر البلد إلى اعتماد جملة من الإجراءات التى تحد من النشاط السياحى تماشيا مع متطلبات المرحلة. ولا يعنى ذلك أنه اتجاه معاد للسياحة بقدر ما يعنى إجراءات مرحلية يقتضيها الظرف الراهن للبلد.

ومن الظروف الاستثنائية التى تنعكس على السياحة العامة للبلد، الحروب، الحصار، توتر العلاقات السياسية والدبلوماسية مع البلدان الأخرى، الأزمات السياسية، الاضطرابات...الخ. وقد تؤدى هذه الظروف إلى غياب الاستقرار السياسى سواء كان ذلك على الصعيد

المحلي أو العالمي. وقد ثبت أن هناك علاقة طردية ما بين الاستقرار السياسي والنشاط السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما ثبت أيضا أن النشاط السياحي أكثر الأنشطة مرونة وحساسية تجاه الظروف السياسية، وهو النشاط الأكثر تأثرا بمثل هذه الظروف. والأمثلة والشواهد على ذلك كثيرة مثل الوضع السياحي في العراق في ظل الحصار، السياحة العالمية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية. ويعزى سبب المرونة العالمية للنشاط السياحي بالظروف السياسية، كون الحاجة للسياحة حاجة كمالية يتم الاستغناء عنها أو التقليل من طلبها في مثل تلك الظروف.

ثالثا: علاقة السياحة بالثقافة:

مفهوم الثقافة: تعرف الثقافة بأنها (المعتقدات والقيم والاتجاهات والعادات وأشكال السلوك المشتركة بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل إلى جيل آخر).

وتعرف أيضا بأنها (تعبير عن مجموعة من العناصر يتضمنها المجتمع وهي المعرفة، المعتقدات، الفن، القانون، الأخلاق، العادات وأي سلوكيات يكتسبها أعضاء المجتمع ويعتبرونها مناسبة ومقبولة).

وهناك تعريف ثالث على أنها (كل ما ينتجه الإنسان في المجتمع). وهناك نوعان من الثقافة، الثقافة المادية والثقافة غير المادية. والثقافة بشطريها تشكل الحضارة. وهناك تعريف رابع للثقافة على أنها (الإبداع الروحاني والفنى الذى يبتدعه الإنسان لكى يحقق الأهداف التى ترمى إلى الكمال ولإبراز كيان العالم الذى نعيش فيه).

وتقسم الثقافة إلى نوعين:

١- الثقافة الذاتية أو الشخصية والتى تتمثل فى المستوى التعليمى للفرد، ومستوى المهارة ودرجة المعرفة، ودرجة الإطلاع، والمساهمات العلمية والأدبية...الخ.

٢- الثقافة الظاهرية، وتتمثل فيما يبتدعه الإنسان. ومثال ذلك تشييد القصور، القلاع، المساجد، الكنائس الضخمة، والسدود، وناطحات السحاب والأبراج، والنصب التذكارية، والمسارح الضخمة، والقاعات الكبيرة والفرق الفنية... الخ. والثقافة تعكس درجة تطور المجتمع وإمكانياته التاريخية والحضارية وتنتقل الثقافات بين الشعوب وتتفاعل من خلال طرق عديدة مثل الفتوحات، والحروب، والهيمنة، والانتداب، والاستعمار. وقد تنتقل من خلال طرق غير عنيفة وأكثر سلمية مثل

التجارة، التبادل المعرفى، والاستعارات والبعثات والزمالات الدراسية، والتبشير الدينى والعقائدى أو الفكرى، والإعلام. وتعد السياحة من أحدث وسائل الانتقال بين الشعوب وأكثرها سلما وتحضرا.

أولا: تأثر الثقافة بالسياحة:

كما أشرنا فالثقافة تنقسم إلى نوعين، الأول يتمثل فى الثقافة الذاتية أو الشخصية، وهى التى تحدد المستوى الثقافى الذى يتمتع به الفرد وتعمل على توسيع مداركه وإطلاعاته. وقد أتضح أن الثقافة الذاتية تشكل عاملا دافعا ومحددا للقيام بالرحلات السياحية. كما أتضح أن هناك علاقة طردية ما بين المستوى الثقافى للفرد وطلبه على السياحة، فكلما ارتفع المستوى الثقافى للفرد زاد طلبه على السياحة والعكس صحيح. فالإطلاع والمعرفة الشخصية المكتسبة من خلال الوسائل التعليمية المختلفة تكون بمثابة عامل محفز للفرد والمثقف للقيام بالرحلات السياحية بهدف الإطلاع عن كثب على الواقع الفعلى للمعالم السياحية لمختلف بلدان العالم والتى قرأ ودرس عنها الكثير. كما تدفع الثقافة إلى الانفتاح الاجتماعى والرغبة فى الاحتكاك مع الشعوب الأخرى. أما الشخص الأمى أو غير المثقف فيفتقر إلى العامل المحفز،

لأن معلوماته محدودة بالمحيط الضيق الـذى يميـل إلـى الانغـلاق الاجتماعى وتجنب الاختلاط مع شعوب مختلفة الثقافات.

أما بالنسبة للثقافة الظاهرية والمتمثلة فى إبداعات الإنسان الشاخصـة والمنتشرة فى إرجاء العالم، فتشكل عامل اسـتقطاب للسـياح. فأحـد العوامل المحددة للسياحة هو الإطلاع على ثقافة الشـعوب المختلفـة سواء كانت ثقافة خاصة بتاريخ البلد أم بحاضره، ومما ينشط السياحة التفاوت الكبير بين ثقافات الشعوب، وهنا يتجسد عامل المتعة متمـثلا فى الإطلاع وفى التفاعل مع ثقافة تكاد تكون غريبة كلية عـن ثقافـة المجتمع الذى ينتمى إليه السائح.

وهكذا نرى أن الثقافة الشخصية تشكل عاملا دافعا للسياحة، والثقافـة الظاهرية تشكل عاملا مستقطبا للسياحة، وكلاهما بشكل عـام يعمـل على توليد السياحة.

ثانيا: تأثر السياحة بالثقافة:

إن السياحة تنطوى على إطار جديد من التفاعل بين الثقافات من خلال اللقاء بين المضيف والسائح عبر سلسلة من النشاطات تشكل مسارات علاقة تبدو متكيفة وفق مقتضيات مكان وزمان الظاهرة السياحية، وما

يرافق ذلك من تجارب ومعارف جديدة، يشكل بالتالى فهمـا وإدراكـا للثقافات المختلفة بما تمتلكه أى ثقافة من خصوصية واستقلالية ذاتيـة بحيث تسمح علاقة التأثر بدرجة من التغيرات الثقافية علـى مسـتوى العلاقة مع أعضاء من المجتمعات الأخرى.

وهكذا تبدو السياحة وسيطا للتغيير من خلال آليات عديدة تتمثل فى:

- الاقتباس.
- الاستعارة الثقافية.
- إنشاء خلق وقيم وأفكار جديدة.
- الاستبدال بإحلال عنصر ثقافى محل عنصـر ثقـافى بطـل مفعوله.
- الارتداد الثقافى متمثلا فى رفض الجديد والحداثة والعودة إلى عنصر وقيم الثقافة الأصلية.
- التغيير الثقافى القسرى.

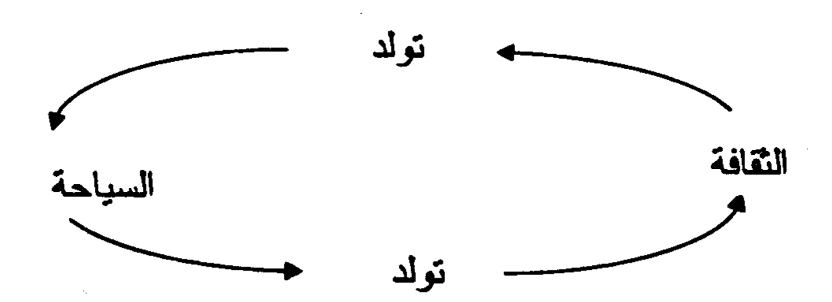
وفى إطار المواجهة بين السياحة والثقافة بوصفها آلية للتغيير الثقـافى تتعايش أو تتنافر العلاقات ضمن معادلة المضيف – السائح.

ثالثا: علاقة الاتصال بين المضيف – السائح:

تنمو بين المضيف والسائح جملة من العلاقات تنتج عن تفاعل السائح مع البيئة الاجتماعية والثقافية للمكان السياحى المزار. وعنـد نقطـة تعامل المضيف مع السائح يظهر مستوى التكيف لكلا الطرفين لصالح نمو علاقة ترتكز على ثقافة أحدهم أو للتوصل إلى توافق من شـكل معين، وهذا التوافق أو القبول بنوع من السلوكيات يجد مبـرره فـى التقيد بمتطلبات العمل السـياحى، أو فـى القناعـة بأهميـة التبـادل الاقتصادى والثقافى.

وقد يزداد التفاعل الثقافى بين المضيف والسائح إلى حد نمو شبكة من العلاقات بين المضيفين والسياح، وربما يصل إلى حد نشوء الكثير من العلاقات الزوجية الشرعية من الأجانب، إما بإجراء التوافقية بين القيم المحلية والوافدة، أو التنازل عن بعضها وإحلال قيم وسلوكيات جديدة.

هكذا فإن السياحة تولد الثقافة إما من خلال الاحتكاك الشخصى بـين المضيف والسائح، أو من خـلال الإطـلاع علـى المعـالم الثقافيـة والحضارية للبلد المزار. وبذلك تتضح العلاقة المتبادلة بـين الثقافـة والسياحة، فالثقافة تولد السياحة والسياحة تولد الثقافة وهكذا.



رابعا: علاقة السياحة بالمجتمع:

أشرنا فى الفقرة السابقة إلى معادلة المضيف – السائح، والتى تطرقت إلى طبيعة التفاعل القائم بين الطرفين وما يتمخض عنه من نتائج تنعكس على المستوى الثقافى للطرفين. وبقدر ما تؤثر السياحة على المستوى الثقافى، فهى تؤثر أيضا فى البيئة الاجتماعية. ولكن يبقى السؤال قائما كيف يمكن للسياحة أن تؤثر فى البيئة الاجتماعية؟ وهل لهذا التأثير انعكاسات إيجابية فى البيئة الاجتماعية؟ أم من الممكن أن تكون أحيانا سلبية؟

إن السياحة بوصفها نشاطا إنسانيا يعنى استضافة السياح المواطنين منهم والأجانب. وقد يتطلب الأمر أيضا استيراد قوى عاملة أجنبية ذات اختصاصات وجنسيات مختلفة للعمل بالقطاع السياحى. وهنا يبدأ الاحتكاك والتفاعل المباشر ما بين سكان المنطقة السياحية المزارة من

جهة، والسياح سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد (قــادمين مــن محافظات ومقاطعات أخرى)[٢]، أو من حملة جنسيات أجنبية (قــادمين من أقطار مختلفة) من جهة أخرى. ونتيجة لهذا الاحتكــاك والتفاعــل المباشر يكتسب الطرفان (تبادل اجتماعى) العديد من العادات والتقاليد الاجتماعية الجديدة بما فيها بناء وتركيبة اجتماعية أو مستوى تربــوى أو اكمتساب لغات أجنبية... الخ. وهذا يعنى دخول عادات وتركيبــات اجتماعية جديدة على البيئة الاجتماعية، أى يحدث تغيير فى البيئــات الاجتماعية سواء كان فى البلد المزار أو البلدان القادم منها السياح.

ولكن هل من الضرورى أن يكون التغيير فى البيئة الاجتماعية الناتج بفعل السياحة، نحو الأحسن دائما، وبانعكاسات إيجابيــة حتمــا؟ فــى الحقيقة الآثار الاجتماعية الناتجة من النشاط السياحى تقبل الاحتمالين. وبذلك تقسم الآثار الاجتماعية للسياحة إلى قسمين:-

---

[٢] فى بعض الأحيان يكون البلد كبير جدا من حيث المساحة وحجم السكان، بحيث يتحقق تفاوت كبير فى التركيبة الاجتماعية للسكان من حيث الدين واللغة والعادات والملابس... الخ. وأن انتقال السياح المواطنين من حملة جنسية البلد نفسه ما بــين المقاطعات الشمالية والجنوبية يؤدى إلى الإطلاع على وضع اجتماعى جديد وكأنما يزور السائح بلد أجنبى كما هو الحال فى الهند والولايــات المتحــدة الأمريكيــة والاتحاد السوفيتى سابقا.

أ- الآثار الاجتماعية الإيجابية: ويمكن إجمالها فيما يلى:

١- التغيير فى التركيب أو البناء الاجتماعى للسكان.

٢- التغيير فى البناء المهنى.

٣- إيجاد مهن جديدة.

٤- التغيير فى تركيب الطبقات الاجتماعية.

٥- إيجاد وتطوير بعض المصالح والأنماط والمؤسسات.

أ- أنماط رسمية: نقل، صناعة، تجارة، فنادق، وكالات سياحية، مدارس سياحية وفندقية...الخ.

ب-أنماط غير رسمية: الضيافة والعادات والتقاليد والمستوى التربوى...الخ.

٦- تطوير بعض العمليات الاجتماعية مثل التصنيع والتطوير الاقتصادى والثقافى وعملية استقطاب السكان.

٧- التغيير فى السلوك الإنسانى.

٨- التغيير فى مرتبات القيم.

٩- التغيير فى المواقف والاتجاهات والعادات والسلوك الأخلاقى.

١٠- التغيير فى العلاقات الإنسانية.

ب- الآثار الاجتماعية السلبية: ويمكن تلخيصها فيما يلى:

١- قد تعمل السياحة فى ظل ظروف اقتصادية صعبة بالنسبة للبلد السياحى كعجز الاقتصاد القومى عن الوفاء باحتياجات المواطنين من السلع والخدمات، بما يؤدى إلى خلق جو من التنافس الشديد بين المواطنين والأجانب للحصول على هذه الاحتياجات. ونظرا لتفوق السائح الأجنبى من ناحية القوة الشرائية فإنه غالبا ما تنتهى المنافسة لصالحه، مما يولد لدى المواطنين شعورا بالإحباط والامتهان فى وطنه ولا شك أن ذلك يؤثر سلبيا فى نفسية وإنتاجية المواطن. كما أنه من المحتمل أن تؤدى كثرة السياح فى البلد إلى نشوء شعور بالعداوة من جانب المواطنين فى الأجل الطويل، مما يؤثر بالتالى على تدفق السياح فى المستقبل.

وتتجسد هذه المشكلة فى مصر خاصة الأماكن التى تعانى من أزمة السكن، ويبدأ التنافس ما بين السياح والمواطنين على تأجير الشقق ومن الطبيعى أن المالك يفضل أن يؤجر الشقة مفروشة للسياح مقابل ما يقبضه بالعملة الأجنبية، وهذا يحرم المواطن المصرى من حاجة ضرورية توفر له الاستقرار الأسرى.

٢- أن السياحة تعمل على توجيه المجتمـــع والاقتصـــاد وجهـــة خدمية، فى الوقت الذى يراد منه تشجيع الأنشطة الإنتاجيـــة. وهكذا تكثر المهن والاختصاصات الخدمية على حساب المهن والاختصاصات الإنتاجية زراعية أو صناعية. ويظهر تـــأثير ذلك خاصة فى البلدان النامية فى بداية مشوارها التنموى حيث من المفروض أن توجه الجهود والطاقات لبناء قاعدة صناعية وزراعية متينة.

٣- السياحة فى ظل اقتصاد متخلف قد تزيد من عوامل انتشـــار الفساد الاجتماعي ويتخذ ذلك أشكالا عديدة منها نمو طبقة من الوسطاء الذين يحاولون الكسب بأى طريق، مشروع كـــان أم غير مشروع، والـــذين يـــزداد ثـــرائهم بازديـــاد الأزمـــات والاختناقات التى يتعرض لها الاقتصاد القومى، مثل سماسرة العقارات والشقق المفروشة. كما أنه من الممكـــن أن تنشـــط العناصر المشتغلة بتهريب البضائع، وتنشط أيضا اتجاهـــات الرشوة والفساد الأخلاقى.

٤- قد تؤدى السياحة إلى انتشار بعض العادات الرديئة مثل تقليد الشباب للهيبيز، أو تقليد الفتيات والفتيان لملابس السياح شبه العارية، وما يتسبب عن ذلك من إشكالات اجتماعية.

٥- قد تكون السياحة عملا أيضا من عوامل انتشار المخدرات بمختلف أنواعها. ويشير بعض الكتاب إلى أن الطابع السلبى ينتج بالدرجة الأولى عن كثرة أعداد السياح الوافدين خاصة فى موسم الذروة السياحى. وتنشأ مشكلة ناتجة عن صعوبة استيعاب هذا الكم الهائل من السياح فى رقعة جغرافية سياحية صغيرة مما يتسبب فى حالة من الضيق والتمرد الذى قد يصل إلى حد العداوة من جانب السكان الأصليين. وفى جزر هاواى يسمون السياح بالنمل، وفى إنجلترا يدعونهم بالسمك.

خامسا: علاقة السياحة بالبيئة الطبيعية:

لقد ثبت بما لا يقبل الشك أن التطور التكنولوجى يكون على حساب البيئة الطبيعية ونتيجة لذلك برزت قضية حماية البيئة الطبيعية بشكل مركز وواضح فى السنوات الأخيرة، وقد دعت الهيئات الدولية المعنية وعلى رأسها الأمم المتحدة لعقد المؤتمرات من أجل صيانة البيئة

والمحافظة على المصادر الطبيعية النباتية منها والحيوانيـــة. وهكـــذا ظهرت الدعوة للعناية بما وهبنا الله من طبيعة جميلة، وما خلفـــه لنـــا الآباء والأجداد من تراث ثقافي وحضــــارى، وأن تتحمـــل الأجيـــال المتعاقبة مسئولية المحافظة على هذا المورد الطبيعى من الدمار وعلى كائناته من الفناء.

فى هذه الفقرة بالذات يثير فضولنا السؤال الآتى: ما هو مدى اختلاف السياحة بوصفها نشاطا عن النشاط الصناعى من حيث تأثيراته علـــى البيئة الطبيعية؟ وهل للسياحة تأثيرات إيجابية أم سلبية علـــى البيئـــة الطبيعية؟

نبدأ إجابتنا على هذه التساؤلات من خلال الإطلاع أولا على مكونات وعناصر العرض السياحى. فالمعروف أن العرض الســـياحى يعتمـــد بشكل كبير على العامل الطبيعى المتمثل فيما يلى:

١- المناخ بمواصفات معينة.
٢- هيكل الأرض والمناظر الطبيعية الجذابة.
٣- المياه بمختلف أنواعها ومصادرها.
٤- الغابات والأشجار والبساتين.
٥- النباتات والحيوانات.

ويتوقف نوع العامل الطبيعي في الموقع السياحي على الموقع الجغرافي للبلد بين خطوط الطول ودوائر العرض. وهذا يحدد بالضرورة أنواع النباتات والحيوانات الموجودة فيه ويعد جمال الطبيعة أحد العوامل المهمة لجذب السياح، وبالتالي فإن الاستغلال الأمثل للمورد السياحي يتطلب بالضرورة الاهتمام والعناية بالطبيعة والمحافظة عليها. ومن المؤكد أن للسياحة تأثيرات بيئية مختلفة حسب الظروف المحلية التي يتعرض لها كل قطر سياحي وفقا لخصوصيته.

يتميز المشروع السياحي عن المشروع الصناعي بأنه أقل إساءة للطبيعة وأكثر إدامة وصيانة لها. وإذا كان المشروع الصناعي يتميز باحتوائه على مدخنة تطرح الغازات السامة والملوثة في الجو فإن المشروع السياحي يتميز باستغنائه عن المدخنة. وبناء على ذلك سميت السياحة (صناعة بلا مداخن) للدلالة على نظافة هذا النشاط. وكما تسمى أيضا (الصناعة النظيفة) و (الصناعة الطبيعية) وكل هذه التسميات تشير وتؤكد على حقيقة واحدة أن المشروع السياحي يتميز بنظافته وأنه نادرا ما يسئ إلى الطبيعة.

وقد تلعب المشروعات السياحية دورا فى تحسين الوضع الصحى للبيئة المحلية عن طريق مد شبكات تصريف المياه الثقيلة، ردم المستنقعات، إبادة الحشرات، وإقامة مجمعات سياحية فى مناطق قد تكون مكبات ترمى فيها الأنقاض والقاذورات. وقد تحفز السياحة البلد على مضاعفة العناية بمنتزهاتها وغاباتها والاهتمام بنظافة الشوارع والأسواق وأماكن تواجد السياح مثل الموانئ والمطارات ونقاط الحدود علاوة على المواقع السياحية نفسها.

التأثيرات السلبية للسياحة فى البيئة الطبيعية:

بالرغم من تأثير السياحة الإيجابى فى البيئة الطبيعية، إلا أنه لا مجال لإنكار بعض التأثيرات السلبية المعروفة للسياحة فى هذا المجال، فقد تكون السياحة عاملا ضارا بالبيئة نتيجة ما تسببه من تلوث واختناقات من شتى الأنواع. فبعض مشاريع التنمية السياحية كبناء الطرق السريعة، والمجمعات السياحية والمطاعم ومنشآت إقامة السياح وتناول غذائهم، قد تسئ إلى نظافة وجمال الطبيعة. وقد يتسبب كثرة أعداد السياح فى موقع سياحى صغير فى ازدياد حدة الزحام والاختناقات السكانية والمرورية، وتحوير بعض معالم الطبيعة، والإخلال بتوازن الطبيعة الهادئة، علاوة على ازدياد تكاليف معالجة البيئة المختلفة التى تخلقها بعض المشاريع السياحية. وتزداد حدة الضرر الذى تلحقه

السياحة فى البيئة فى البلاجات الرملية المطلة علـى البحـار التـى تستقطب أفواجا عديدة من السياح فى ساعات النهار وما يخلفه هؤلاء السياح من فضلات تناول الأطعمة والمشروبات.

ويحدث فى بعض الأحيـان أن ارتفـاع أثمـان الأراضـى بسـبب المشروعات السياحية ربما يؤدى إلى التنافس مع الأراضى الزراعية، وهذا قد يؤدى بدوره إلى تقلص المساحات الخضراء والمزروعة. كما وأن بعض الأنماط السياحية مثل سياحة الصيد تلحق الضرر الكبير فى الحيوانات مما يؤدى إلى قتلها وربما انقراض بعض أنواعها.

الدعوة لحماية البيئة الطبيعية:

إن حماية البيئة الطبيعية لا تقع على عاتق السياحة فقط، وإنما يجب أن يساهم فيها عدة أطراف معنية بالأمر منها المنظمات السياحية. وتتركز الدعوة لأغراض المحافظة والعناية بالبيئة الطبيعيـة علـى دعامـات خمس هى:

١- **الدعامة الأخلاقية:** وهى معرفة ووعى الإنسان بمسئوليته نحو مجتمعه وبيئته ووطنه وما به من ثروات.

٢- **الدعامة العلميـــة:** المتضمنة الحفاظ على النباتات والحيوانات البرية من الانقراض والفناء.

٣- **الدعامة الاقتصادية:** وهى أن التطور والتنميـــة الاقتصـــادية يجب أن تأخذ فى الاعتبار عوامل البيئة والمحافظـــة علـــى التوازن الطبيعى للحيوان والنبات والتخطيط السليم لاستغلال الأراضى.

٤- **الدعامة الذوقية والجمالية:** وهى التمتـــع والتـــذوق بجمـــال الطبيعة بما فيها من أشجار وأزهار وطيور وحيوانات.

٥- **الدعامة السياحية:** وتتمثل فى الإمكانيات الطبيعيـــة النباتيـــة والحيوانية التى تشكل أبرز صفات المنتج الســـياحى والتـــى يمكن تطويرها لاجتذاب الســـياح الـــذين يعشـــقون الطبيعـــة وسحرها الجميل ومخلوقاتها المتنوعة الجميلة.

أسئلة الفصل الثالث

١- هل السياحة علم أم فن؟ ناقش ذلك مشيرا إلى الأسباب والمبررات.

٢- ناقش مدى صحة العبارة الآتية: "تعد السياحة علم فرعى يمكن دمجه مع علوم أخرى مثل علم الإدارة".

٣- ناقش تأثر الاقتصاد بالسياحة.

٤- ناقش تأثر السياحة بالاقتصاد.

٥- ناقش مدى تأثر السياحة بالفكر الاستراتيجي السياسى للبلد.

٦- ناقش مدى تأثر السياحة بالتغيرات السياسية المرحلية للبلد.

٧- ناقش مدى تأثر السياحة بالثقافة.

٨- ناقش مدى تأثر الثقافة بالسياحة.

٩- ما المقصود بمعادلة المضيف - السائح؟ وماذا يترتب عليها؟ ناقش ذلك.

١٠-عدد الآثار الاجتماعية الإيجابية عن النشاط السياحى.

١١-عدد الآثار الاجتماعية السلبية المترتبة عن النشاط السياحى.

١٢-ناقش الآثار السلبية فى البيئة الطبيعية.

المصـــــادر

العربية:

١- د. محمود كامل - السياحة الحديثة علما وتطبيقا - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة ١٩٧٥.

٢- د. صلاح الدين عبد الوهاب - المنهج العلمى فى صناعة السياحة - المجلد الأول - النظرية العامة للسياحة - مطابع دار النشر للجامعات المصرية - القاهرة ١٩٦٧.

٣- د. نبيل الروبى - مذكرات فى نظرية السياحة - جامعة الإسكندرية - كلية السياحة والفنادق - الإسكندرية ١٩٨٣.

٤- د. مثنى طه الحورى وآخرون - المبادئ العامة للسياحة - الجامعة المستنصرية - كلية الإدارة والاقتصاد - قسم السياحة وإدارة الفنادق - محاضرات مطبوعة بالرونيو - مكتبة الرواد - بدون تاريخ.

٥- إسماعيل محمد على الدباغ - إدارة المنشآت السياحية - الجامعة المستنصرية - كلية الإدارة والاقتصاد - - قسم السياحة وإدارة الفنادق - محاضرات مطبوعة بالرونيو - مكتبة الرواد - بغداد - بدون تاريخ.

٦- معهد الآثار والانتروبولوجيا - الأردن والسياحة - مشكلات وهموم على السياحة - جامعة ليرموك - اربد ١٩٩٧.

٧- وزارة السياحة - بحوث ودراسات إحصائية فى اقتصـــاديات السياحة والاستثمار فيها - الشركة المصرية للطباعة والنشــر - القاهرة ١٩٧٦.

الأجنبية:

١- Salah Wahab – Tourism Management – Tourism International Press – London ١٩٧٥.

٢- Michael Peters – International Tourism – First edition – London ١٩٦٩

٣- Robert W. Macintosh – Tourism: Principles, Practices and Philosophies – GRID, INC ١٩٧٢.

٤- A.J. Barkart and Medlik – The Management of Tourism – First edition – Tourism International Press – London ١٩٧٥.

٥- A.J. Barkart and Medlik – Tourism, Past, Present, and Future – Heinemann – London ١٩٧٦.

الفصل الرابع

وسائل الجذب السياحى

- الطلب السياحى
- العرض السياحى
- قوى العرض السياحى وأثرها فى السوق السياحية

تحليل الطلب السياحى الدولى

السياحة كظاهرة وكصناعة تتبلور فى طلب يكمن فى الدول المصدرة للسياحة وفى عرض قوامه المغريات السياحية أو المعالم السياحية والخدمات والتسهيلات المختلفة فى الدول المستقبلة للسائحين.

وأيا كان النظام السياسى والاقتصادى الذى يسود فى الدولة المستقبلة للسائحين فنها يجب أن تسير فى تخطيط سياستها للتنمية السياحية على أساس ما يسود فى المجتمع الدولى من نظام ديناميكية السوق التى يتفاعل فيها العرض والطلب والسعر والمنافسة تفاعلا متراكبا[٣].

[٣] وهذا هو ما كانت تسير عليه دول أوروبا الاشتراكية والتى كانت تتصدرها يوغوسلافيا، بل أن الاتحاد السوفيتي سابقا كان يهتم بالتنمية السياحية اهتماما علميا مدروسا على نحو ما أشرنا. أما الصين الشعبية فإن النهضة السياحية التى بدأت فيها حديثا أصبحت مثار تعليق خبراء السياحة في العالم. وقد زار الصين خلال الخمس سنوات ١٩٧٨ – ١٩٨٢ حوالى ٢٧,٥ مليون سائح أنفقوا عملات حرة قيمتها ٢,٨٨٩ بليون دولار أمريكى. وتشير الإحصاءات الرسمية فى بكين إلى أن الإنتاجية في القطاع السياحي تزيد بنسبة ١٤% عن الإنتاجية فى القطاع الصناعى.

وقد زار الصين تسعة ملايين سائح عام ١٩٨٣ بالمقارنة بـ ١,٧٥ مليون علم ١٩٧٨. وتشكل سياحة رجال الأعمال جزءا كبيرا من حركة السياحة إلى الصين لا تقل عن ٥٥%. ومعظم السائحين يفدون من الولايات المتحدة وهونج كونج وأوروبا الغربية واليابان وأستراليا. وتميزت السياحة الصينية بالزيادة المطردة بنسبة عالية منذ بدء خطة تنميتها فى سنة ١٩٧٩ زار الصين أربعة ملايين سائح زادو إلى خمسة ملايين عام ١٩٨٠، وأصبحوا سبعة ملايين ونصف عام ١٩٨١ ثم ثمانية ملايين عام ١٩٨٢ ثم تسعة ملايين عام ١٩٨٣. وبذلك تكون نسبة الزيادة السنوية فى حجم حركة السياحة الدولية لإلى الصين نسبة كبيرة جدا بلغت فى المتوسط حوالى ٥٨% خلال السنوات من ١٩٧٨ – ١٩٨٣.

وبغير ذلك تعزل الدولة نفسها عزلا - تختلف درجته - عن الســوق العالمى للسياحة ولا تستطيع السير بخطى ثابتة فى العمل على تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية من السياحة.

الطلب على الخدمات السياحية

أولا: تنوع الطلب السياحى:

إن السوق السياحية لا تمثل وحدة متجانسة واحدة، بل هو فكرة مركبة تتكون من عدة أسواق جزئية أو فرعية تعرف باسم "شرائح الســوق" وهى مجموعات من المستهلكين ذات خصائص سلوكية متماثلة.

وبالتالي فإن الطلب السياحى – وهو المد الخارج من السوق السياحى – مزيج من عدة عناصر متباينة بل وقد تكون متناقضة أحيانا، وهــذه العناصر هى الرغبات والحاجات والأذواق والمتوقعات والمستحسنات والمستهجنات. وتقسيم السوق إلى شــرائح يخضــع لمعــايير معينــة ومحددة.

وقد أتبعت كثير من الدول المستقبلة للسائحين اتجاها كميا فى قيــاس الطلب السياحى. ويتضمن هذا الاتجاه الكمى قيــاس حجــم الســياحة الدولية إلى هذه الدولة من عدد السائحين وعدد الليالى السياحية علــى مدار العام وفى كل شهر من شهور الســنة، ووســيلة المواصــلات المستخدمة من أعداد السائحين ونسب كل وسيلة إلى أخرى، وحجــم الإيرادات السياحية الإجمالية فى العام وحجمها فى كل شهر من شهور

السنة، ثم استخراج متوسط الإقامة لكل جنسية أو مجموعة من الجنسيات، وتحديد متوسط الإنفاق اليومي للسائح من كل جنسية أو مجموعة من الجنسيات، ومعرفة متوسط الإنفاق في كل رحلة، وعدد الليالي التي قضاها السائحون في الفنادق أو في أماكن الإقامة السياحية التكميلية وعدد الليالي التي قضاها السائحون خارج هذه الفنادق والأماكن. وبمعنى آخر فإن الهدف الرئيسي لهذا الاتجاه هو معرفة كم يساوى السائح للدولة.

وبينما لا نناقش أهمية هذا الاتجاه للدولة نظرا لأن أهم أسباب الاهتمام بتنمية السياحة هو القيمة الاقتصادية للسياحة لدى الدولة المستقبلة للسياحة، إلا أن ذلك لا يكفي لتحقيق هذا الغرض لأن الكثرة العددية وحدها ليست هي المعيار للقياس الحقيقي للأهمية الاقتصادية للسياحة في الدولة.

فالإيرادات السياحية الإجمالية ليست كافية لبيان أثر السياحة على الاقتصاد القومي وإنما يجب استخراج القيمة الصافية لها. ويدعونا هذا إلى ضرورة إدخال الدراسات الكيفية في الاعتبار فنسأل أنفسنا السؤال الذي لا يطرحه الكثيرون وهو "ما هي نوعية السائح المطلوب"؟ أو "من هو السائح الذي نريده"؟. وبمعنى أوضح أن نطرح على بساط

البحث ما إذا كنا غى خطة التنمية السياحية للدولة يجب أن نعول على الكم العددى أو الكيف السلوكى والانفاقى.

وقد يسأل سائل، وهل لنا فى ذلك خيار؟ والإجابة على هـذا السـؤال يتضمنه مجال الكلام عن سياسة واستراتيجيات التنمية السياحية.

ثانيا: خصائص الطلب السياحى:[4]

أثبتت دراسات تحليل الطلب التى أجريت فى دول مختلفة أن للطلـب السياحى خصائص لازمة نوردها فيما يلى:

١- المرونة:

مرونة الطلب السياحى تعنى درجة استجابته للتغيرات فى الظـروف الاقتصادية السائدة فى السوق ولمدى التغير الطارئ علـى التراكيـب السعرية للخدمات السياحية فى الدولة المستقبلة للسائحين. ونقطة البداية هى أن الطلب السياحى ينشأ وتتسع قاعدته فى الأسـواق (الـدول أو المناطق السياحية) التى تسود فيها ظروف اقتصادية مواتية بمعنى أن

---

[4] راجع مؤلفنا Tourism Management المرجع السابق ص ٩٣

تكون الدخول العائلية والفردية مرتفعة فى السوق بحيث يبقى هامش واسع للشخص والعائلة من فائض الدخل يستطيع أن يوجه للسفر وللسياحة ولمختلف نشاطات أوقات الفراغ فضلا عن ضرورة توفر معدلات عالية لمدد الأجازات.

ولأن الإنفاق السياحى يمثل بندا من بنود ميزانية الشخص أو ميزانية العائلة والذى يتنافس مع بنود أخرى للإنفاق مثل شراء سيارة جديدة أو شراء تجهيزات منزلية أو شراء منزل ثان فى مصيف أو مشتى، فإن السمة المميزة لهذا الطلب السياحى أن يكون مرنا بالنسبة للدخل من ناحية وبالنسبة إلى التكلفة من ناحية أخرى ويصدق فى هذا بطبيعة الحال على الأشخاص ذوى الدخول المحدودة وذوى الدخول المتوسطة وحتى فوق المتوسطة بالنسبة لكل سوق، ولكنه لا يصدق على الأثرياء وأصحاب الملايين.

وترتيبا على ما تقدم، تكون دراسة الطلب ذات أهمية قصوى فى اتخاذ القرار فى الدولة المستقبلة للسياحة لأن من الواجب معرفة معامل الارتباط بين زيادة الأسعار وبين انخفاض الطلب والعكس صحيح. ويمكن الوصول إلى قياس درجة معرفة المرونة عن طريق معامل المرونة Elasticity Coefficient بين سعرين مختلفين على رسم بيانى للطلب.

النسبة المئوية للزيادة فى الطلب

معامل المرونة = ------------------------

النسبة المئوية لانخفاض السعر

ويحسن التنبيه إلى أن الطلب السياحى يكون عالى المرونة (مع قيمة عالية لمعامل المرونة) مع دولة سياحية جديدة لم تصبح بعد قبلة هامة للسياحة. وهذه المرونة تتدرج فى الهبوط بالنسبة للدولة السياحية المستقرة دوليا ذات الصناعة السياحية المنظمة مثل فرنسا أو إيطاليا أو أسبانيا. وليس معنى ذلك الهبوط المتدرج فى مرونة الطلب على هذه الدولة إلى أن تختفى المرونة كاملا، بل أننا نلمس عودة المرونة إلى ما كانت عليه إذا ما زادت الأسعار زيادة كبيرة فى الدولة حيث لا تتناسب مع مستوى الخدمات السياحية المؤداة. والمقصود هنا بزيادة الأسعار هو زيادتها بالنسبة للخدمات السياحية الرئيسية على الأقل (الفندق والأغذية والمشروبات والرحلات الداخلية لمشاهدة المعالم السياحية).

وهذا الذى نشير إليه حدث فى فرنسا خلال السبعينات عندما انخفضت قيمة الدولار الأمريكى وارتفعت قيمة الفرنك الفرنسى، والعكس صحيح بالنسبة إلى أسبانيا حاليا فإن زيادة الأسعار السياحية فيها بدأ يظهر أثره بوضوح على الطلب السياحى بالنسبة إلى بعض مناطقها

السياحية على الأقل. على أن ذلك لا يعنى أن أكثر الـدول السـياحية جذبا للطلب السياحى هى الدول الرخيصة لأن السعر ليس هو العامل الوحيد المؤثر على الطلب. فإذا كانت الدولة المستقبلة للسائحين قليلـة المغريات السياحية أو ليست معروفة معرفـة كافيـة لـدى جمهـور السائحين أو تقع جغرافيا فى منطقة نائية جدا عن مصـادر السـياحة الدولية (مما يعنى زيادة تكاليف النقل إليها) أو تسود فيها سلبيات كثيرة سواء أكانت سلبيات متعلقة بالتنظيم السياحى أو بالنظافـة العامـة أو بكثرة المضايقات أو بانخفاض مستوى الخدمات السياحية فيها... الخ، فإن رخص أسعارها لن يكون مرغبا كافيا لزيارتها.

ولهذا فإننا نقول أن حساسية السعر Price Sensitivity أمر يتعلق بسلوكيات السائحين لأنه ليس صحيحا دائما أن الأكثـر دخـلا مـن السائحين هو الذى ينفق أكثر.

وغير خاف أن انتشار الرحلات السياحية الشاملة يؤدى إلـى تقليـل حساسية السعر لدى السائح إذا كانت الفروق بين أسعار هذه الرحلات الشاملة إلى مختلف الدول المتنافسة بالنسبة إلى مدد متماثلة هى فروق بسيطة أو غير جوهرية (تمثل نسبة ضئيلة من السعر). ويتبلور العامل الرئيسى حينئذ فى استراتيجيات التسويق وسياسة التعامل مع منظمـى

الرحلات الشاملة ومدى ما تتمتع به الدولة السياحية من مغريات وخدمات وتسهيلات.

٢- الحساسية Sensitivity:

وهى مدى استجابة الطلب للظروف الاجتماعية والسياسية وإلى التغيرات فى موضة السفر Travel Fashion فالدول التى يسودها أو يسود المنطقة الداخلية فيها قلاقل سياسية أو ثورات اجتماعية أو عدم استقرار اقتصادى يصعب أن تكون قبلة سياحية مهما تمتعت به من مغريات سياحية وخدمات وتسهيلات ومهما اتصفت أسعار خدماتها بالرخص.

فالمناخ السياسى والاقتصادى المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحى.

ووجود علاقات سياسية وتجارية واقتصادية حسنة بين الدولة المستقبلة للسائحين والدولة المصدرة للسياحة هو عامل مساعد هام من عوامل اتساع قاعدة الطلب السياحى ودليل ذلك أنه عندما كانت العلاقات السياسية مقطوعة بين الولايات المتحدة ومصر عقب حرب ٧٦ انخفض عدد السائحين الأمريكيين من حوالى ٩٠ ألف سائح عام

١٩٦٦ إلى أقل من ٣٠ ألف سائح عام ١٩٦٨ و ١٩٦٩. وفى الوقت ذاته عندما أعيدت العلاقات السياسية والدبلوماسية بين الدولتين وتقدمت تقدما كبيرا فى السبعينات زاد عدد السائحين الأمريكيين إلى مصر زيادة مطردة سنويا حتى أصبح عددهم حوالى ٢٠٠ ألف سائح عام ١٩٨٤ رغم البعد الجغرافى لمصر عن الولايات المتحدة ورغم زيادة الأسعار فى مصر زيادة كبيرة فى السنوات الثلاث الأخيرة. والطلب السياحى يتأثر كذلك بالتغيرات فى "موضة" السفر وهى من خلق منظمى الرحلات الشاملة إلى حد كبير ولذلك يجب العمل على توثيق العلاقات مع هؤلاء بوسائل شتى أهمها العلاقات العامة وتخطيط البرامج الدعائية المشتركة.

٣- التوسع Expansion:

يتجه الطلب السياحى الدولى إلى التوسع لعدة أسباب. ولكن اتساع الطلب السياحى لا يسير على وتيرة واحدة من سنة لأخرى بل تعتريه بعض الذبذبات صعودا وانخفاضا فى نسبة الزيادة نتيجة للظروف الدولية الاقتصادية والاجتماعية.

ويمكن أن نرجع أسباب التوسع فى الطلب إلى العوامل التالية:

١- التقدم العلمى والتكنولوجى الذى ينعكس على تقدم وسائل النقل الجوى والبحرى والبرى - وقد أدى النقـل الجـوى بالـذات خدمات جليلة للسياحة.

٢- ثورة المعلومات الضخمة وتقدم وسائل الإعلام التى أدت إلى زيادة اهتمام السائحين بزيارة دول جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل.

٣- التقدم الاقتصادى وزيادة الدخول فى الدول الغنية المصـدرة للسياحة.

٤- زيادة حجم أوقات الفراغ بزيادة عطلة نهاية الأسـبوع إلـى يومين وثلاثة أيام فى بعض الأحيان فضلا عن زيـادة مـدد العطلات السنوية.

٥- الظروف المناخية والبيئية للدول المتقدمة المصدرة للسـياحة ومعظمها من دول الشمال حيث البرد الشديد والمطر والشتاء

الطويل والثلج الذى يدعو إلى السفر إلى دول ومناطق أكثـــر دفئا فى الجنوب.

٦- أسلوب الحياة فى الدول الصـــناعية المتقدمـــة حيـــث يعمـــل الشخص من الصباح إلى المساء فيخرج عادة من منزله قبـــل شروق الشمس ويعود إلى منزله بعد غـــروب الشـــمس ممـــا يسبب روتينية فى الحياة أصبح يمجها الكثيرون ويتجهون إلى التغيير وإلى الهروب منها.

٧- اتساع قاعدة الرحلات السياحية الشاملة المنظمة والتى أصبح الكثيرون يعتبرونها وسيلة فعالـــة لتنظـــيم تمـــتعهم بقضـــاء أجازاتهم فى دول أخرى دون عناء منهم وفى حدود أســـعار مقبولة بوجه عام.

٨- قانون الجوار.

٤- الموسمية Seasonality:

يتسم الطلب السياحى الدولى بخاصية الموسمية والتـــى تـــؤثر علـــى اتجاهاته وحجمه فى فترات الذروة وفترات الركود.

وترجع الموسمية إلى المناخ والعوامل التنظيمية فى الدول المصدرة للسائحين وتشمل هذه الأخيرة مواعيد العطلات المدرسية فى الصيف ومواعيد غلق المصانع فى شهر أغسطس فضلا عن أعياد الميلاد والربيع. وبذلك يرتفع الطلب السياحى من الدول المصدرة للسائحين فى هذه المواسم وينخفض خلال ما عداها من شهور السنة ليشمل أولئك الذين لا يتقيدون كثيرا بهذه المواسم من كبار السن المحالين إلى التقاعد والأرامل وبعض أصحاب المهن الحرة وبعض الحرفيين المستقلين فى عملهم والعاملين بالشركات التى توزع الأجازات عليهم دوريا فى أوقات مختلفة سنة بعد أخرى.

ولذلك يجب دراسة هذه التراكيب الموسمية للطلب السياحى فى كل سوق سياحى حتى يمكن للدولة المستقبلة للسائحين أن تخطط تنميتها السياحية على أساس متوازن أو شبه متوازن خلال العام خاصة وأن هذه التراكيب الموسمية قد تختلف من سوق سياحى إلى آخر.

العرض السياحى:

أولا: التعريف والخصائص:

يعرف العرض السياحى بشكل عام على أنه (مقدار الخدمات السياحية التى تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفى وقت معين). والتعريف الأكثر استخداما فى هذا المجال هو أن العرض السياحى هو (كل المستلزمات التى يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحى لسياحها الحقيقيين أو المحتملين والخدمات والبضائع وكل شئ يحتمل أن يغرى الناس لزيارة بلد معين).

يتميز العرض السياحى بالخصائص الرئيسية التالية:

١- أنه يعتبر عرضا للخدمات بصفة أساسية، فالسائح يشترى عادة مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحى. وهذه الخدمات هى:

أ- خدمات النقل.

ب- خدمات الإيواء.

ج- خدمات الطعام والشراب.

ء- خدمات اللهو والتسلية والترفيه.

هـ- مجموعة خدمات وسلع أخرى.

٢- أن هذه الخدمات هى غالبا خدمات آنية مباشرة يتم تصنيعها على مدار اليوم أو حتى الساعة، ويتم تقديمها فى أغلب الأوقات أمام مرأى السياح أو الضيوف حيث يكون عمال هذه الخدمات على احتكاك مباشر مع الضيوف، وبذلك لا تتوافر إمكانية حجب المنتج الرديء عن المستهلك. وأى خطأ يقع فيه العامل سوف يكون ظاهرا للعيان ومن الصعوبة تلافيه ولذلك يتم الاعتماد فى النشاط السياحى على كادر مدرب وكفء يجب يجب أن تنعدم فيه نسبة الخطأ.

٣- العرض السياحى غير قابل للتخزين فطالما أنه عرض خدمى فلا يمكن تخزين الخدمات.

٤- العض السياحى غير قابل للنقل فعادة يكون المستهلك ثابتا والسلعة هى التى تتحرك ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين، بل أن هناك بعض السلع التى تصل إلى منزل المستهلك نفسه. ولكن الحال يختلف تماما فى العرض

السياحى فالعرض السياحى هو الثابت والمستهلك (السائح) هو الذى ينتقل لكى يستطيع أن يقتنى الخدمة السياحية.

٥- يخضع العرض السياحى للمنافسة حيث لم تصبح السياحة بعد حاجة إنسانية ضرورية وبذلك فهو يتنافس مع سائر السلع والخدمات الأخرى بالإضافة إلى التنافس بين البلدان المختلفة على تسويقه.

ثانيا: مكونات العرض السياحى:

ينقسم العرض السياحى إلى عناصر طبيعية وعناصر مصنوعة:

١- العناصر الطبيعية وتشمل: (Natural attractions)

أ- المناخ وما يتصف به من اعتدال وجفاف وشمس ساطعة وهواء نقى.

ب- تضاريس الأرض والمنظر العام وتشمل السهول والجبال والبحيرات والأنهار والشواطئ البحرية والتكوينات الجغرافية والمناظر البانورامية والشلالات ومناطق البراكين والكهوف باختلاف أنواعها...الخ.

ج- العنصر السيلفى ويشمل الغابات والأشجار النادرة.

ء- الفلورا والفونا وتشمل المزروعات المختلفة والطيور بمختلف أنواعها وألوانها والأسماك والحياة البرية والبحرية.

هـ- المراكز الصحية الطبيعية من عيون مياه معدنية وحمامات الطين وعيون المياه الساخنة ذات الخصائص الشفلئية.

٢- العرض المصنوع بيد الإنسان: (Man-made attractions)

ويقع هذا النوع من العرض السياحى فى الأنواع التالية:

أ- الآثار التاريخية وتراث الحضارة البائدة مثل المعابد، التماثيل، الحصون، القلاع...الخ.

ب- المعالم الثقافية كالمتاحف بأنواعها المختلفة، معارض الفن والمكتبات والعروض الفولكلورية وصناعة التذكارات والسلع السياحية.

ج- المناسبات الحضارية والأحداث التقليدية مثل المعارض والمهرجانات والكرنفالات واحتفالات الأعياد...الخ.

٣- البنية الأساسية وتشمل: (Infrastructure)

أ- البنية الأساسية العامة وتتمثل فى شبكات مياه الشرب والقوة المحركة وشبكات الطرق ونظم الصرف الصحى والاتصالات بجميع أنواعها.

ب-الحاجيات الأساسية للحياة المدنية وتشمل المستشفيات والصيدليات والبنوك ومراكز التسويق والمشتريات وورش إصلاح السيارات ومحطات البنزين وغير ذلك.

ج- البنية الأساسية السياحية وتشمل:

- محال الإقامة السياحية accommodation وتتضمن الفنادق والموتيلات والبنسيونات والشقق المفروشة والمخيمات وبيوت الشباب ومثيلاتها، كما تشمل منشآت سياحية أخرى مثل المطاعم والكافيتريات وما إلى ذلك.
- منشآت تنظيم السفر مثل شركات السياحة ومكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات الرحلات السياحية الداخلية بأنواعها.
- منشآت لمد السائحين بالمعلومات وللدعاية مثل مكاتب الإعلام السياحى فى مناطق دخول السائحين وفى المدن والمناطق السياحية وسلطات السياحة الإقليمية والمحلية...الخ.

٤- خدمات النقل: Transportation

وهو قطاع له أهميته القصوى فى النشاط السياحى ويشمل وسائل النقل الجوى والبرى والبحرى وما يستلزم من مطارات وموانى وسكك حديدية...الخ.

٥- مقومات الضيافة:

وتتمثل فى الوضع الاجتماعى للإقليم السياحى ودرجة ثقافـــة الناس وحسن الضيافة والمعاملة الجيدة للسياح ومدى الـــوعى السياحى فى الدولة المضيفة ومستوى التدريب والمهارة فـــى المتعاملين فى هذا المجال.

٦- التقدم الاقتصادى والتكنولوجى والحضارى:

وتعنى درجة تقدم الإقليم السياحى وينعكس ذلك من خلال البنايات الشاهقة، ناطحات السحاب، فن العمـــارة. الســـدود والخزانـــات، المعارض الاقتصادية وكل ما يعكس تقدم البلد ويشكل عامل جذب سياحى.

العوامل المحددة للعرض السياحى:

تختلف كمية ونوعية العرض السياحى من بلد لآخر، ويرجع ذلك إلى مجموعة من العوامل أهمها:

١- العامل الطبيعى:

يشكل العامل الطبيعى نسبة كبيرة من مكونات وعناصر العرض السياحى، بل هو الأساس الذى يرتكز عليه عرض الخدمات السياحية. فالإقليم الزاخر والغنى بالمعالم السياحية الطبيعية يشكل عامل استقطاب لاستثمار رؤوس الأموال فى الأنشطة السياحية، وهذا يعنى العديد من المنشآت السياحية فينمو ويزدهر العرض السياحى. فالعلاقة طردية ما بين العامل الطبيعى والعرض السياحى، وكلما توفر العامل الطبيعى زاد العرض السياحى والعكس صحيح.

ويعد أحد أسباب نجاح السياحة فى أسبانيا وفرنسا وإيطاليا هو توفر العامل الطبيعى فيها مثل السواحل المطلة على البحار، الجبال، المزروعات والمساحات الخضراء... الخ.

٢- أسعار المنتج السياحى:

ويعتبر أحد العوامل المادية التى تتحكم فى العرض السياحى. فكلما ارتفعت أسعار المنتج السياحى زاد العرض السياحى والعكس صحيح. فزيادة الأسعار يعنى زيادة الأرباح والتى تعد من أهم العوامل لاستقطاب المستثمرين للدخول فى صناعة السياحة. ويعتبر هذا العامل مسألة أساسية للبقاء فى السوق السياحية ولتطور القطاع السياحى فى الأنظمة الرأسمالية بالذات.

٣- تكاليف عوامل الإنتاج:

إن أى عملية إنتاجية لا تتحقق إلا بمزج عناصر الإنتاج الأربعة (المادية، الأولية، العمل، التنظيم). والمنتج فى النشاط السياحى يستخدم نفس هذه العناصر. وهناك علاقة عكسية ما بين تكاليف عوامل الإنتاج والعرض السياحى. فكلما انخفضت التكاليف زاد العرض السياحى والعكس صحيح. وفى المجتمعات النامية بالذات يمكن للحكومات تقديم الدعم للمنتجين فى النشاط السياحى من أجل تخفيض تكاليف الإنتاج السياحى مثل تخفيض الضرائب على القطاع السياحى، تخفيض الرسوم على استيراد عناصر الإنتاج، توفير مستلزمات البنية التحتية

بأسعار معقولة أو مدعمة وربما حتى تقديم منح مالية لدعم المشـــاريع السياحية.

٤- استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة:

إذا كان المجتمع على درجة عاليـــة مـــن التطـــور ولديـــه الوســـائل التكنولوجية ذات الكفاءة الإنتاجية العالية، فمن الممكن أن يسخرها فى خدمة النشاط السياحى وبالتالى فإن هذا يعنى تقليل تكـــاليف الإنتـــاج واقتصاد فى الوقت. وعلى الرغم مـــن أن دور التكنولوجيـــا يكـــون محدودا فى مجال تقديم الخدمات السياحية، إذ أن السياحة كنشاط يعتمد بالدرجة الأولى على عنصر العمل، ويصعب إحلال الماكينـــة محـــل عنصر العمل، إلا أنه يبقى للتكنولوجيا دورا كبيرا فى عمليـــة بنـــاء المنشآت السياحية وتنفيذ العديد من المشاريع السياحية. وهكذا تكـــون العلاقة طردية بين التكنولوجيا والعرض السياحى، فكلمـــا تطـــورت الوسائل التكنولوجية زاد العرض السياحى والعكس صحيح.

٥- أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحى:

إن العوامل المادية المتمثلة فى الأرباح، والتى هى حصيلة الفارق ما بين التكاليف والأسعار، تعتبر من أهم العوامل المتحكمة فى تطور العرض السياحى فى الأنظمة الرأسمالية. فمتى ما توفر الربح فى القطاع السياحى، فسوف يكون محط أنظار المستثمرين ويستقطب رأس المال لبناء المزيد من المنشآت السياحية والعكس أيضا وارد. إلا أن الحال يختلف تماما فى الأنظمة الاشتراكية والتنموية. فإذا كانت القيادة ترتئى تنمية القطاع السياحى لتحقيق أهداف سياسية، إعلامية، اجتماعية، إنسانية تعكس مدى تطور البلد أمام الأجانب، فسوف تسعى لبناء المزيد من المنشآت السياحية وتقدم كافة أنواع الدعم للقطاع السياحى بغض النظر عن الأهداف المادية (الربح والخسارة). وقد يكون للعامل المادى أثر فى العرض السياحى فى مثل هذه الأنظمة ولكن ليس هو العامل الوحيد أو العامل الأول وإنما يأتى فى المرتبة الخامسة أو السادسة بعد الأهداف غير المادية المشار إليها.

والعكس أيضا وارد فإذا اختلفت نظرة القيادة العليا فى البلد للسياحة من منطلق تعارضها مع بعض التعاليم الدينية وعادات وتقاليد المجتمع ففى مثل هذه الحالة وعلى الرغم من توفر العامل المادى (الربح) فى

النشاط السياحى فإنه سوف لا يسمح لنمو القطاع السياحى إلا فى حدود معينة مرسومة له و لأنماط سياحية معينة فقط.

ويكون العرض السياحى فى الظروف الاعتيادية عرض غير مرن بمعنى أن درجة استجابة المنتج فى النشاط السياحى للتغيرات فى أثمان الخدمات السياحية تكون منخفضة جدا على الأقل فى الأمد القصير ويعزى ذلك إلى العوامل التالية:

١- **عامل الوقت:** ويقصد بالوقت، الوقت اللازم لإجراء التغيير والتحوير على الطاقة الإنتاجية استجابة للتغيرات فى الأسعار. وكلما طال الوقت اللازم للتغيير أصبح العرض غير مرن. والمعروف أن التغيير فى الطاقة الاستيعابية فى النشاط السياحى يتطلب بناء المزيد من المنشآت السياحية وهذا يتطلب وقت طويل فيكون العرض السياحى غير مرن.

٢- **كثافة رأس المال الثابت:** فعملية إجراء التغيير والتحوير على رأس المال الثابت عملية صعبة ومعقدة تحتاج إلى تكاليف عالية وجهود كبيرة ووقت طويل، لذا يكون العرض غير مرن فى حالة اعتماده على

رأس المال الثابت. وبالنسبة للعرض السياحى فإن رأس المال الثابت المتمثل فى الأبنية والأثاث والديكورات والأجهزة والمعدات الموجودة فيها يشكل نسبة عالية، وبالتالى يكون العرض السياحى غير مرن.

٣- **العامل الطبيعي:** فكلما كان العرض يعتمد على العامل الطبيعى فهذا يعنى أن المنتج محكوما بهذا العامل ويفقد السيطرة التامة على العرض ويصبح العرض غير مرن. والعامل الطبيعى يشكل علاقة بارزة فى العرض السياحى، وبالذات بالنسبة للمناخ الذى يحتم على المنتج أن يقدم عرضه فقط ضمن المواسم الأخرى. وهكذا فإن العرض السياحى يتأثر بشكل كبير جدا بالظروف الطبيعية.

٤- **القابلية للتخزين:** حيث يعتبر المخزن صمام أمان يستخدمه المنتج للتحكم فى كمية العرض. ولهذا فإن السلع التى لديها القابلية للتخزين يكون عرضها مرن. وطالما أن المنتج السياحى هو منتج خدمى بالدرجة

الأساسية وغير قابل للتخزين فيكون عرضه غير مرن.

٥- **القابلية على النقل:** إن نقل السلعة من سوق لآخر تعنى قدرة المنتج على التحكم فى كمية العرض حسب الأسعار فى الأسواق، فيعتمد على زيادة الكميات المعروضة منها فى الأسواق المرتفعة السعر. ويقلص عرضها فى الأسواق المنخفضة السعر. وفى هذه الحالة تزداد مرونة العرض إذا كانت السلعة المنتجة قابلة للنقل. إلا أن العرض السياحى يمتاز بعدم إمكانية نقله، والمطلوب من السائح أن ينتقل إلى الموقع السياحى لكى يستطيع أن يشترى المنتج السياحى. وبذلك يكون العرض السياحى فاقدا لميزة النقل فيكون عرضا غير مرن.

٦- **القابلية على التحوير:**هناك بعض المشاريع التى من الممكن إجراء بعض التحوير عليها لتحوير إنتاجها إلى أنماط جديدة تكيفا مع حالة الطلب فى السوق على أن يكون هذا الإجراء منطقى وغير مكلف. وبذلك

يكون عرضها مرن. إلا أن المنشآت السياحية مصممة هندسيا خصيصا لتقديم الخدمات السياحية ولا تصلح لإنتاج أنماط سلعية أخرى فيصبح تغيير المشاريع السياحية إلى أخرى غير سياحية عملية غير واردة ومكلفة، لذلك يكون العرض السياحى غير مرن.

وبناء على ما تقدم فإن وجود هذه العوامل الستة أو بعض منها يجعل من العرض السياحى فى الظروف العادية عرضا غير مرنا إلا أنه يوجد هناك بعض الاستثناءات المحددة التى من الممكن أن يستخدمها المنتج فى النشاط السياحى لإضفاء طابع من المرونة على بعض العروض السياحية مثل:

١- استخدام المخيمات السياحية والكرفانات لتوسيع الطاقة الإيوائية.
٢- استخدام الفنادق النقالة (البواخر) لتوسيع الطاقة الإيوائية فى بعض المناسبات.
٣- تخصيص الأسر المقيمة فى المصايف غرفة أو أكثر لاستضافة السياح فى موسم الذروة السياحى مما يزيد من كمية عرض الإيواء.
٤- استخدام العمالة المؤقتة أو الموسمية لزيادة عرض العمل.
٥- المزيد من المواد الأولية لزيادة عرض الأطعمة والمشروبات.

ثالثا: قوى العرض والطلب السياحى وأثرها فى السوق السياحية:

لاحظنا من خلال دراستنا لهذا البحث أن الطلب السياحى يمتاز بمرونة عالية، وأن العرض السياحى يمتـاز بمرونـة عاليـة وأن العـرض السياحى يمتاز بالجمود وانخفاض المرونة. وهـذا يعنـى أن سـلوك المستهلك (السائح) يخالف تماما سلوك المنتج فى النشـاط السـياحى. وهذا يعنى تناقض المصالح والرغبات والتى ينتج عنها العديـد مـن المشاكل أهمها اختلال التوازن فى السوق السياحية. ففى موسم الذروة السياحى يرتفع الطلب السياحى بشكل كبير جـدا لتـوافر الظـروف المناخية الملائمة وعامل وقت الفـراغ. إلا أن المنـتج يعجـز عـن استيعاب هذه الزيادة فى الطلب السياحى. والعكس يحدث تمامـا فـى موسم الكساد السياحى، ولسوء الأحوال المناخية وعدم تـوفير وقـت الفراغ ينخفض الطلب بشكل كبير ويبقى العرض السياحى يعانى مـن مشكلة الفائض وانخفاض نسب الإشغال.

ونفس المشكلة تتكرر على مـدار الأسـبوع، فالطلـب السـياحى أو الترويحى يرتفع فى نهاية عطلة الأسبوع، وينخفض فى بقية الأيـام. وهذا ما يحدث بالذات للمنشآت السياحية القريبة من المـدن الكبـرى الكثيفة السكان.

فالسوق السياحية إذن تعانى من حالة عدم التوازن المستديمة على مدار السنة وعلى مدار الأسبوع. وحتى على المدى البعيد تبقى صفة الاختلال فى التوازن هى السمة الطاغية على السوق السياحى. ويصعب التغلب عليها طالما أنها تتأثر بعامل الظروف المناخية وعامل الأجازات، إلا أن الدول تلجأ إلى حلول بديلة للتقليل من حدة هذه الموسمية عن طريق خفض الأسعار وإقامة الاحتفالات والمهرجانات والأحداث الفنية والرياضية التى تستطيع أن تجذب السائح فى غير موسم الذروة.

أسئلة الفصل الرابع

١- عدد العوامل المحددة للطلب السياحى واشرح اثنين منها.

٢- عدد العوامل المحددة للعرض السياحى واشرح اثنين منها.

٣- عدد مواصفات الطلب السياحى واشرح اثنين منها.

٤- عدد مواصفات العرض السياحى واشرح اثنين منها.

٥- حدد مرونة الطلب السياحى مع الرسم وذكر الأسباب.

٦- حدد مرونة العرض السياحى مع الرسم وذكر الأسباب.

٧- تكلم عن قوى العرض والطلب السياحى وأثرها فى السوق السياحية.

٨- بين تأثير أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحى فى العرض السياحى.

٩- تكلم عن الموسمية فى الطلب السياحى من حيث الأسباب والنتائج وأهم المواقع السياحية العالمية المتأثرة بها مع الرسم.

١٠- عدد مع الشرح مكونات العرض السياحى الطبيعى.

المصـــــادر

العربية:

١- إسماعيل محمد على الدباغ - الاستثمار السياحى وأثره فـى التنمية الاقتصادية فـى العـراق للفتـرة ١٩٦٨ - ١٩٧٩ - رسالة ماجستير - جامعة بغداد - قسـم الاقتصـاد - بغـداد ١٩٨١.

٢- رمزى بدر عات - العوامل المؤثرة فى الطلب السياحى فـى العراق - رسالة ماجستير - الجامعة المسيتنصـرية - قسـم الاقتصاد - بغداد ١٩٨٤.

٣- د. مثنى طه الحورى وإسماعيل محمد الدباغ - اقتصـاديات السياحة - محاضرات مطبوعة بالرونيو - مطبعة نمـرود - بغداد ١٩٨٩.

٤- د. نبيل الروبى - اقتصاديات السياحة - مؤسسـة الثقافـة - جامعة الإسكندرية - الإسكندرية ١٩٨٥.

٥- عبد المطلب محمود الخدام - دراسة فى الاستثمار السـياحى وأبعاده الاقتصادية مع إشـارة خاصـة للعـراق - رسـالة ماجستير - جامعة بغداد - قسم الاقتصاد - بغداد ١٩٩٦.

الأجنبية:

١- Robetr W. Macintosh – Tourism: Principles Practices and Philosophies – GRID, INC, ١٩٧٢.

٢- J.M. Bryden – Tourism and Development – A Case Study of the Commonwealth Caribbean – Cambridge University press ١٩٧٣.

٣- Alan Jubenville – Outdoor Recreation Planning – W.B Saunders Company – London ١٩٧٦.

٤- W.T.O. The Travel Item in the Balance of Payment – Avda – del Genevalisimo ٥٩ Madrid ١٦ Spain.

الفصل الخامس

العمالة فى القطاع السياحى

يعتبر عنصر العمل من أهم عناصر الإنتاج على الإطلاق ويمكن القول بأن قوة العمل فى المجتمع تمثل ركيزة أساسية فى خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدول النامية. وتمارس القوة البشرية العاملة فى صناعة السياحة دورا مؤثرا فى نموها شأنها شأن أى صناعة أخرى بل أنها تتميز عن غيرها فى هذا الشأن، ففى الصناعة التحويلية مثلا يمكن حجب المنتج الرديء عن المستهلكين عن طريق الفرز والرقابة داخل الوحدة الإنتاجية. أما فى صناعة السياحة فإن المنتج السياحى يقدم مباشرة للمستهلكين حيث أن طبيعة الخدمات السياحية تقتضى تأدية كثير منها دون وجود شخص ثالث غير السائح والعامل. وعلى ذلك فإن سلوك العاملين يؤثر تأثيرا كبيرا فى كفاءة الخدمة ومستوى أدائها إلى جانب ما يتركه هذا السلوك من انطباع هام لدى المستهلكين.

العلاقة بين قطاع السياحة والعمالة:

يلقى موضوع العمالة اهتماما كبيرا فى المجتمعات وبصفة خاصة فى المجتمعات النامية على اعتبار أنه يتضمن أبعادا اقتصادية واجتماعية كثيرة.

ويثير موضوع علاقة السياحة بالعمالة ومدى قدرة النشـــاط الســـياحى على توليد العمالة فى الاقتصاد عدة تساؤلات منها على سبيل المثال:

١- ما هى فرص العمل التى يمكن أن توفرها صناعة السياحة فى المجتمع؟
٢- ما هى أنواع العمالة المطلوبة، وما هى المهارات اللازمـــة، وما هى الأجور المتوقعة؟
٣- ما هى النفقة الاستثمارية المطلوبة لتوفير وحدة واحـــدة مـــن فرص العمل فى القطاع السياحى؟
٤- ما هو التوزيع الجغرافى للعمالة فى القطاع السياحى، وما هو إسهام قطاع السياحة فى توزيع العمالة على مستوى المحلـــى والإقليمى؟
٥- ما هو مستقبل السياحة كصناعة تعمل على توليد العمالة فـــى الاقتصاد القومى؟

وقد توضح الإجابة على هذه التساؤلات كثيرا من الجوانب التى تتعلق بالعمالة فى النشاط السياحى ومن ثم فإننا سنحاول إيضـــاح الحلـــول العريضة لها فى عجالة سريعة.

وتمثل فرص العمل الجديدة التى توفرها المشروعات الإنمائية ومنها القطاع السياحى أحد الأهداف الأساسية فى الخطط الإنمائية فى البلاد النامية كما وأن الأنواع والمهارات المطلوبة من العمالة من الموضوعات التى تلقى اهتماما فى سوق العمل من حيث وجود الفائض أو العجز فى هذه الأنواع والمهارات ومن حيث إمكانية توفيرها محليا أو استيرادها من الخارج أو أن يوفرها سوق العمل السياحى على حساب قطاعات أخرى.

ويمثل التوزيع المحلى والإقليمى للعمالة أهمية خاصة فى المشروعات السياحية حيث أنه يكون من الأفضل الاستعانة بالعمالة المحلية لتحقيق الوفورات ثم اللجوء بعد ذلك إلى العمالة المتوفرة على المستوى الإقليمى.

أنواع العمالة فى القطاع السياحى:

يعمل قطاع السياحة على توليد ثلاثة أنواع من العمالة هى:

١- العمالة المباشرة Direct Employment

وتشمل فرص العمل المتاحة فى المنشآت السياحية والفندقية كوكالات السفر وشركات النقل السياحى وبيع التذاكر والتسويق السياحى ومحال بيع التحف والتذكارات والفنادق والمطاعم ودور الترويح وغيرها. وتهتم معظم الدراسات بهذا النوع من العمالة حيث أن العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق فى القطاع السياحى تمثل ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق فى أى قطاع آخر.

٢- العمالة غير المباشرة Indirect Employment

وتشمل فرص العمالة التى تتولد فى القطاعات التى يعتمد عليها القطاع السياحى والفندقى فى توريد الطعام والشراب (الزراعة والصناعات الغذائية) والأثاث والمبانى وغيرها.

وقد أشارت بعض الدراسات وإن كانت محدودة إلى أثر الإنفاق السياحى فى توفير العمالة غير المباشرة منها دراسة (١٩٧٣) Archer عن منطقة الكاريبى أتضح منها أن كل تسع فرص عمل تتولد مباشرة فى القطاع السياحى والفندقى تقابلها فرصة عمل واحدة غير مباشرة فى القطاعات الأخرى.

٣- العمالة المحفوزة Induced Employment

وتشمل العمالة التى تتولد فى الاقتصاد نتيجة للإنفاق السياحى أى أنها نوع ثالث من العمالة يحفزه الإنفاق السياحى.

بعض الملاحظات على العمالة المتولدة فى القطاع السياحى والفندقى:

١- إن الإنفاق السياحى يؤدى إلى زيادة الدخل كما يؤدى إلى زيادة العمالة فى المجتمع.

٢- أن آثار الإنفاق على العمالة يكون متأثرا بنوعية النشاط السياحى والفندقى. ورغم أن صناعة الخدمات تتصف بأنها كثيفة العمل Labour Intensive إلا أن بعض الأنشطة تكون أكثر من غيرها استخداما للعمالة.

٣- أن العمالة تتأثر بأنماط المهارات المطلوبة والمتاحة فى سوق العمل المحلى. ففى حين أن السياحة تتطلب قدرا كبيرا من العمالة ذات المهارات المحدودة فهى تحتاج إلى وظائف قليلة نسبيا فى مستوى الإدارة العليا والوظائف التخصصية والإشرافية.

٤- أن السياحة قد تجتذب أفراد من العاملين في قطاعات أخرى ويترتب على ذلك وجود وظائف شاغرة فى هذه القطاعات قد يضطرها إلى شغلها بعمالة مستوردة.

٥- أن قدرا كبيرا من العمالة فى القطاع السياحى يكون موسميا، ويتعرض بالتالى على النطاقين المحلى والقومى لتقلبات فى مستواه وقد يتطلب الأمر أحيانا تشغيل عمالة إضافية لمواجهة الزيادة فى الطلب خلال فترة الذروة. ويجذب هذا الوضع هؤلاء الذين يرغبون فى العمل بصفة موسمية مثل الطلبة وربات البيوت.

٦- نتيجة للموسمية وما يترتب عليها من تقلب مستوى العمالة السياحية ونظرا إلى أن مستويات الأجور فى القطاع السياحى بالمقارنة بغيره من القطاعات قد تكون غير مرضية فقد تواجه

الخدمات السياحية صعوبة فى اجتذاب العمالة المدربة، وهذا ما واجهته المملكة المتحدة فى التسعينات، وفرنسا فى السبعينات حيث أن نسبة كبيرة من المتدربين يتسربون خارج القطاع السياحى، لذا فإن سياسة الأجور تلعب دورا هاما نحو توفير هذه النوعية من العمالة.

توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحى:

إن توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحى تمثل نقطة ذات أهمية كبرى من نظر المستثمر فى الأنشطة السياحية المختلفة، فلا يكفى إقامة المشروعات السياحية الضخمة، وتخصيص رؤوس الأموال الكبيرة لها، ولكن يجب أن يتوفر من يقوم بشئونها تشغيلا وإدارة، فالعمل فى القطاع السياحى يتطلب قدرات فنية وإدارية لمواجهة احتياجات هذا القطاع وتنميتها باستمرار... وتشغيل أفراد ينقصهم التعليم والتأهيل والتدريب الكافى يؤدى إلى فشل هذه المشروعات... فالسياحة هى صناعة خدمات تتطلب مستوى معينا من المهارة سواء فى الخدمة السياحية (العمالة المباشرة فى المشروعات السياحية) أو الخدمات المعاونة (الجهات وثيقة الصلة بالخدمة السياحية كالجوازات والجمارك وغيرها). ويهمنا فى هذا المجال الإشارة إلى ثلاث نقاط تتعلق الأولى بحصر المهارات من العمالة السياحية فى المجتمع،

وتختص الثانية بالتعليم والتدريب، وتتناول الثالثة الصفات المطلوبة فيمن يعمل فى النشاط السياحى والفندقى.

١- حصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية

تعتبر خطة العمالة جزءا لا يتجزأ من الخطة القومية، وحصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية يمثل أولى الخطوات فى تخطيط العمالة فى المجتمع... فإذا كانت المنطقة تعانى من نقص فى العمالة فمن الواجب أن تؤخذ هذه النقطة فى الاعتبار فى الدراسة الاقتصادية للمشروع السياحى أو الفندقى وبصفة خاصة فيما يتعلق باستيراد العمالة من الخارج.

وعلى الرغم من أن استيراد العمالة يعتبر إجراء غير مرغوب فيه إلا أن بعض المشروعات السياحية تجد نفسها مضطرة إليه وقد يكون هناك عقبات إدارية أو قانونية أو سياسية أمام استيراد العمالة لذلك يجب أن تكون هذه النقطة فى الحسبان عند إقامة المشروعات السياحية.

ويلاحظ بصفة عامة أن العمالة المستوردة فى القطاع السياحى والفندقى تتركز فى وظائف الإدارة العليا والوظائف الإشرافية والتخصصية وتلك التى تستخدم التكنولوجيا المتطورة.

٢- التعليم والتدريب

يهدف التعليم إلى توسيع مدارك الفرد الذهنية وتزويده بأصول المعارف المهنية. وفى المجال السياحى من الضرورى أن يكون واضحا للنظام التعليمى المتطلبات اللازمة فى العمالة المطلوبة لتضمينها المناهج فى المستويات التعليمية المختلفة. ويلاحظ أن التعليم المهنى Vocational Education فى مجال الضيافة والسياحة قد خطى خطوات واسعة فى المستويات التعليمية المختلفة فى الدول التى تعتمد على القطاع السياحى بدرجة كبيرة.

أما التدريب فهو يهدف إلى إعداد الفرد ليقوم بأعباء وظيفة ما أو يتحمل مسئوليات محددة ويتم على المستويات المختلفة (المهنى الأساسى أو التخصصى الإشرافى أو الإدارة العليا) وتفضل سلاسل الفنادق والمطاعم الكبرى أن يتم تدريب العاملين بها طبقا للسياسات والبرامج التى تعدها لكى تضمن مستوى معين من الأداء.

وللتدريب السياحى والفندقى أصوله وأبعاده الفنية يمكن تلخيصها فيما يلى:

أ- أن التدريب ليس برنامجا يبدأ ثم ينتهى فى مدة معينة بل هو عملية مستمرة إذ يجب ملاحقة التطورات التى تحدث سواء فى الناحية الإدارية أو التنظيمية.

ب- يجب أن يشمل التدريب جميع العاملين فى المنشـآت السياحية والفندقية بما فيهم العاملين القدامى لضـمان مستوى معين من الخدمة.

ج- أن التدريب يتطلب عناصر معينة من أجـل نجاحـه منها:

- مكان مناسب للتدريب بمختلف مستوياته.
- مدربون أكفاء لهم القدرة على نقل معلوماتهم للغير.
- أدوات التدريب التى تتناسـب مـع التخصصـات المختلفة.
- جهاز يقوم بوضع برامج للتدريب وأهدافه ثم يجرى تقييما لاحقا للدورات التدريبية المختلفـة ليتسـنى تعديل البرامج أولا بأول فى ضوء النتائج المحققة.

ء- أن تديب المدربين هو أمر ضروری وهـو قـد يـتم محليا أو فی الخارج أو من خلال دعوة الخبراء مـن الخارج للقيام بالتدريب.

هـ- يستخدم التدريب أساليب متعددة مثل أسلوب المشاهدة أو دراسة الحالات أو الزيارات الميدانية أو التمـرين العملی وغيرها.

و- أن يشمل كيفية تحقيق الاتصـال بـين المسـتويات المختلفة من العمالة فی المنشآت السياحية أو الفندقيـة وهو نوع من التدريب يمكن أن يتم أثناء العمل.

وقد تقوم الحكومات بدور أساسی فی مجال التـدريب مثـل فرنسـا وإيطاليا حيث تنظم البرامج التدريبية وتنفذها مـن خـلال المعاهـد التعليمية الحكومية أو غيرها من المعاهد، وقد تتركه للجهـات غيـر الحكومية كالولايات المتحدة وهولندا.

الصفات المطلوبة فيمن يعمل فى النشاط السياحى والفندقى

إن العمل فى قطاع السياحة والفندقة يستلزم أن يكون الفرد على مستوى مرتفع من الناحية المهنية والسلوكية علاوة على المظهر اللائق مع إجادة لغة أجنبية واحدة على الأقل إجادة تامة (الإنجليزية أو الفرنسية) بالإضافة إلى الصفات الآتية:

أ- أن يكون الفرد معتدا بنفسه:

إن صناعة السياحة والفندقة تتطلب من الفرد أن يحب العمل الذى يؤديه ويكون مقتنعا به، لديه وفرة من المعلومات العامة والثقافة القومية مع إحساسه بالثقة بالنفس مهما كانت وظيفته متواضعة فهو يتعامل مع سائحين لا يعرفون إلا قليلا من العادات والنواحى الاجتماعية المحلية.

ب-أن يتمتع الفرد بصفتى الصبر والتعاطف مع الآخرين:

فالسائح يصل إلى المنطقة السياحية بعد رحلة قد تكون شاقة وفى مكان الوصول غالبا ما يكون الجو حارا وإما باردا وقد يكون السائح قد واجه بعض المشكلات أثناء الرحلة من بعض الجهات كالجوازات أو الجمارك أو

غيرها. وهو يتعامل مع حمالين وسائقى تاكســـى وأفــراد أجانب لهم عادات مغايرة ولغة قد تكون مختلفة... الــخ. ومن هنا تبرز حاجته إلى شخص يتــوفر لديــه صــفتى الصبر والتعاطف لتفهم نفسيته ومحاولة بعث الاطمئنــان والراحة إلى نفسه.

جـ القدرة على التعامل مع المواقف:

كثيرا ما يتصف السائحون بالعدول عن رأيهم فهم يصلون إلى مكان غالبا ما يرونه لأول مرة حيث تجذبهم اهتمامات كثيرة فى هذا المكان – وقد تتغير قراراتهم بالنسبة إلــى رؤية أماكن أخرى إضــافية أو بديلــة عــن المــزارات الأصلية... وهنا تبرز أهمية القدرة على تكوين الرأى فى مثل هذه الحالات من قبل العاملين فى المجال السياحى فهم مطالبون بالاتصاف بالمرونــة وســرعة اتخــاذ القــرار والتعامل مع هذه المواقف بحكمة وكياسة.

ء- القدرة على التكيف:

إن العامل فى المجال السياحى والفندقى يجب أن يكون متعاونا يعمل فى تناسق مع زملائه فالعمل السياحى والفندقى هو عمل فريق وأى تداخل أو تعارض أو اختلاف بين العاملين ينعكس فورا على الأداء العام.

أسئلة الفصل الخامس

١- أذكر أنواع العمالة المختلفة التى يولدها قطاع السياحة.

٢- ناقش تأثير الموسمية على العمالة فى القطاع السياحى.

٣- ما هى أهمية توفير العمالة فى القطاع السياحى من وجهة نظر المستثمر فى الأنشطة السياحية.

٤- ناقش أهمية عنصر العمل كأحد أهم عناصر الإنتاج مشيرا إلى دور القوة البشرية العاملة فى قطاع السياحة فى نموها.

٥- أذكر أهداف كل من التعليم والتدريب.

٦- أذكر الأصول والأبعاد الفنية للتدريب السياحى والفندقى.

٧- ما هى الصفات المطلوبة فيمن يعمل فى النشاط السياحى والفندقى؟

الفصل السادس

حركة السياحة العالمية

- الدول المصدرة للسياحة فى العالم.
- الدول المستقبلة للسياحة فى العالم.
- الميزان السياحى.
- حجم ومعدلات النمو فى الحركة السياحية الدولية.

حركة السياحة العالمية

١- النمو فى عدد السائحين

خلال العقود الثلاثة الماضية نمت حركة السياحة الدولية فى العالم نموا كبيرا، وساهمت عدة عوامل فى تحقيق ذلك، فهناك ارتفاع مستويات الدخول خاصة فى الدول الصناعية التى تعد مصدرا رئيسيا للسياحة الدولية، وتغير ظروف الإنتاج والعمل فى هذه الدول، وتمتع قوة العمل بوقت فراغ أكبر ثم التطورات التقنية فى وسائل النقل والطيران بالتحديد وما صاحبه من انخفاض فى التكاليف ثم التوسع فى مجال السياحة الجماعية والطيران العارض مما جعل الرحلات الطويلة فى متناول يد فئات دخلية أدنى. كما تطورت العلاقات الاقتصادية والتجارية بين دول العالم وصاحب ذلك تزايد الحركة والتنقلات الدولية للمشتغلين بنشاط الأعمال فى العالم مما ساهم فى زيادة الطلب السياحى الدولى.

٢- التغيرات فى هيكل الحركة السياحية:

علاوة على النمو فى حجم السياحة الدولية فقد رصدت منظمة السياحة العالمية (W.T.O.) أربعة تغيرات جوهرية طرأت على هيكل هـذه السياحة منذ الخمسينات وحتى الوقت الراهن.

أولا: كانت السياحة فى الماضى مركزة زمنيا فى فترة الصيف، أما الآن فقد أصبحت أقل تركيزا وأكثر امتدادا على مدار السنة، فبالإضافة إلى رحلة أساسية فى الصيف يأخذ الكثيرون أجازات قصيرة خلال السنة.

ثانيا: تغيرت درجة التركيز المكانى فقد كانت أوروبا وأمريكا تستحوذان على الجزء الأكبر من حركة السياحة الدولية. أما الآن فقد انتشرت حركة السياحة جغرافيا على مستوى أكثر اتساعا.

ثالثا: صارت السياحة الدولية أكثر تنوعا بالنسبة للغرض من الرحلة ومدة الإقامة ونوع الإقامة، فتنوعت الأغراض لتشمل علاوة على الترويح عن النفس والترفيه والثقافة والرياضة سياحة المغامرات والسياحة الريفية والسياحة البيئية وسياحة رجال الأعمال وسياحة المؤتمرات.

رابعا: زيادة حدة المنافسة بين الدول السياحية المستقبلة للسائحين وظهور منافسين جدد، ونجاح أعداد أكبر من الدول فى الحصول على جانب من النمو فى السياحة الدولية.

الحركة السياحية على المستوى الإقليمى:

من المعروف أن منظمة السياحة العالمية تقسم العالم إلى ست مناطق إقليمية هى:

١- الأمريكتين باستثناء الولايات المتحدة وكندا فإن كل دول المنطقة الإقليمية فى عداد الدول النامية.
٢- إفريقيا وكل دولها من الدول النامية.
٣- شرق آسيا والباسيفيك وكلها دول نامية.
٤- أوروبا ورغم أن بها عددا كبيرا من الدول المتقدمة إلا أنه يضم دول أوروبا الشرقية وبعض الدول الأخرى التى تعتبر فى عداد الدول النامية ومن ذلك مالطة وقبرص.
٥- الشرق الأوسط وكل دوله من الدول النامية.
٦- جنوب آسيا ودوله أيضا دول نامية.

جدول رقم (١)

تطور عدد السائحين الدوليين فى العالم (مليون سائح)

١٩٥٠ - ١٩٨٥

السنة	١٩٥٠	١٩٦٠	١٩٦٥	١٩٧٠	١٩٧٥	١٩٨٠	١٩٨٥
العدد	٢٥,٥	٦٩,٣	١١٢,٩	١٦٥,٨	٢٢٢,٢	٢٨٧,٨	٣٢٩,٦
السنة	١٩٩٠	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠
العدد	٤٥٥,٦	٥٦٥,٥	٥٩٦,٥	٦١٩,٧	٦٢٦,٧	٦٥٠,٤	٦٩٨,٨

جدول رقم (٢)

نصيب أقاليم العالم فى حركة السياحة الدولية*

١٩٦٠ - ٢٠٠٠

الإقليم / السنة	أوروبا	أمريكا	شرق آسيا والباسفيك	جنوب آسيا	إفريقيا	الشرق الأوسط	الإجمالى
١٩٦٠ (١)	٧٢,٥	٢٤,١	١,٠	٠,٢	١,١	١,٠	١٠٠
١٩٧٠ (٢)	٦٨,٢	٢٥,٥	٣,٢	٠,٥	١,٥	١,١	١٠٠
١٩٩٨ (٢)	٦٠,٠	١٩,٢	١٢,٧	٠,٨	٣,٩	٢,٤	١٠٠
٢٠٠٠ (٢)	٥٧,٧	١٨,٥	١٦,٠	٠,٩	٤,٠	٢,٩	١٠٠

ويلاحظ من الجدول السابق تغير فى التوزيع النسبى لحركة السياحة فى العالم على مستوى الأقاليم خلال الفترة من ١٩٦٠ - ٢٠٠٠ حيث انخفض نصيب أوروبا وأمريكا معا من ٩٦,٦ (عام ١٩٦٠) إلى

* المصدر

١- Ministry of Tourism – Tourism in Figures – ١٩٩٧

٢- WTO – Tourism Highlights – ١٩٩٩،٢٠٠٠،٢٠٠١

٧٦,٢ % عام ٢٠٠٠، فى حين ارتفع نصيب الأربعة أقاليم الأخـرى من ٣,٤ % لإلى ٢٣,٨ % خلال نفس الفترة، وقد حقق إقليم الشـرق الأوسط تحسنا ملحوظا فى نصيبه النسبى من السياحة العالمية فـزاد بأكثر من الضعف، إلا أن التغير الأكبر تحقق لمنطقـة شـرق آسـيا والباسفيك حيث زاد نصيبها بنحو ١٤ ضعفا.

ومن الملاحظ أنه رغم كل التغيرات فـى الحركـة السـياحية إلا أن أوروبا تظل أهم أقاليم العالم على الإطلاق استيعابا لحركـة السـياحة خلال العقود الثلاثة الماضية.

أهم الدول المصدرة للسائحين فى العالم:

وهى الدول التى تتمتع بمكانة اقتصادية مرتفعة نظرا لارتفاع مستوى المعيشة لسكانها مثل الولايات المتحـدة الأمريكيـة وكنـدا بأمريكـا الشمالية، ألمانيا، إيطاليا وفرنسا بأوروبا واليابان وتايوان فـى قـارة آسيا. وتسهم تلك الدول بما يقرب من ثلاثة أربـاع حجـم الحركـة السياحية إلى مناطق العالم المختلفة، كما يبلغ الإنفاق السـياحى لتلـك الدول ما يقرب من ٦٤ % من حجم الإنفاق السياحى العالمى.

جدول رقم (٣)

أهم الدول المصدرة للسائحين فى العالم عامى ١٩٨٠ / ١٩٩٢[٦]

الدولة	١٩٨٠			١٩٩٢			معدل التغير السنوى %
	الإنفاق السياحى بالمليون دولار	الترتيب	نسبة المساهمة فى الإنفاق السياحى العالمى%	الإنفاق السياحى بالمليون دولار	الترتيب	نسبة المساهمة فى الإنفاق السياحى العالمى%	
الولايات المتحدة	١٠,٣٨٥	٢	١٠,١٢	٣٩,٨٧٢	١	١٤,٤٥	٢٣,٦
ألمانيا	٢٠,٥٥٩	١	٢,٠٦	٣٧,٣٠٩	٢	١٣,٥٢	٦,٧
اليابان	٤,٥٩٣	٦	٤,٤٧	٢٦,٨٣٧	٣	٩,٧٣	٤٠,٣
المملكة المتحدة	٦,٨٩٣	٣	٦,٧١	١٩,٨٣١	٤	٧,١٩	١٥,٦
إيطاليا	١,٩٠٧	١٢	١,٨٦	١٦,٦١٧	٥	٦,٠٢	٦٤,٢
فرنسا	٦,٢٧	٤	٥,٨٧	١٣,٩١٠	٦	٥,٠٤	١٠,٨
كندا	٣,١٢٢	٩	٣,٠٤	١١,٢٦٥	٧	٤,٠٨	٢١,٧
نيوزيلندة	٤.٦٦٤	٥	٤,٥٤	٩,٣٣٠	٨	٣,٣٨	٨,٣

---

[٦] مصادر أرقام الجدول

W.T.O. Yearbook of Tourism Statistics, ١٩٩٤, P. ٢٤

النسب فى الجدول من حساب الطالبة (نسبة المساهمة ومعدل التغير السنوى)

النمسا	٢,٨٤٧	١٠	٢,٧٧	٨,٣٧١	٩	٣,٠٣	١٦,١
تايوان	٠,٨١٨	١٥	٠,٨٠	٧,٠٩٧	١٠	٢,٥٧	٦٣,٩
السويد	١,٢٣٥	١٣	١,٢٠	٦,٧٩٤	١١	٢,٤٦	٣٧,٥
بلجيكا	٣,٢٧٢	٨	٣,١٩	٦,٦٠٣	١٢	٢,٣٩	٨,٤
المكسيك	٤,١٧٤	٧	٤,٠٧	٦,١٠٨	١٣	٢,٢١	٣,٨
سويسرا	٢,٣٥٧	١١	٢,٣٠	٦,٠٦٨	١٤	٢,٢٠	١٣,١
أسبانيا	١,٢٢٩	١٤	١,٢٠	٥,٥٤٢	١٥	٢,٠١	٢٩,٢
المجموع	٧٤,١٢٢		٥٤,٢٠	٢٢١,٥٥٥		٨٠,٢٨	

الدول العشر الكبرى فى العالم:

أكدت أحدث الأرقام والإحصاءات التى كشفت عنها منظمة السياحة العالمية أخيرا عن نتائج حركة السياحة العالمية فى عام ٢٠٠٤ حدوث تغير كبير فى خريطة السياحة العالمية وبشكل أخص فى قائمة العظماء سياحيا أو العشرة الكبار أو نادى الكبار الذى يضم أكبر ١٠ دول فى العالم سياحيا.

فقد أشارت المنظمة إلى أنه نتيجة للنشاط السياحى الكبير الذى حدث فى العام الماضى فإن دول أسيوية فى مقدمتها الصين تمكنت من تقوية مراكزها فى قائمة أهم المناطق السياحية التى تستقبل السياح فى العالم.

وأوضحت المنظمة أنه على الرغم من أن ترتيب أول ثلاث دول في قائمة العشرة الأوائل سياحيا لم يتغير حيث ظلت فرنسا في المركز الأول دون منازع تلتها أسبانيا ثم الولايات المتحدة إلا أن تغييرا جوهريا حدث باحتلال الصين المركز الرابع متفوقة على إيطاليا التى كانت تحتل هذا المركز بشكل تقليدى فى القائمة.

كما أن هونج كونج وهى جزء من الصين ولكنها تتمتع باستقلال ذاتى، دخلت قائمة العشرة الكبار بل وأصبحت فى المركز السابع.

وحسب القائمة فإن فرنسا قد حافظت على احتلالها المركز الأول كأكبر دولة تستقبل سياحا حيث زارها ٧٥,١ مليون سائح عام ٢٠٠٤ بزيادة طفيفة لا تتجاوز ٠,١% بالمقارنة مع عام ٢٠٠٣.

واحتلت أسبانيا المركز الثانى بعدد سياح وصل إلى ٥٣,٦ مليون أى بزيادة ٣% عن العام ٢٠٠٣ وبعد ذلك الولايات المتحدة التى جاءت فى المركز الثالث حيث زارها ٤٦,١ مليون نسمة وهو أمر جيد للغاية بالقياس إلى التراجع الكبير فى السياحة بالولايات المتحدة منذ أحداث سبتمبر ٢٠٠١ وقد بلغت نسبة الزيادة عام ٢٠٠٤ فى الولايات المتحدة ١٢% بالمقارنة بعام ٢٠٠٣.

وكان التغير الأبرز فى القائمة التى تعدها منظمة السياحة العالمية هو تحرك الصين من المركز الخامس إلى المركز الرابع على حساب إيطاليا.

وأشارت المنظمة إلى أن الصين حققت انتعاشة سياحية عام ٢٠٠٤ بعد سلسلة من النكسات بسبب تفشى مرض "سارس" وقد بلغت نسبة الزيادة فى ٢٠٠٤ معدلا قياسيا وصلت إلى ٢٧% وهى غير مسبوقة الأمر الذى جعل عدد السياح الذين زاروا الصين العام الماضى يصل إلى ٣١,٨ مليونا، بينما انخفض عدد السياح الذين توجهوا لإيطاليا بنسبة ٦% ليبلغ الرقم الإجمالى ٣٧,١% مليون سائح.

وقد حافظت بريطانيا على المركز السادس بعدد سياح بلغ ٢٧,٧٠ مليونا عام ٢٠٠٤ وبزيادة ١٢% عن عام ٢٠٠٣.

ثم جاءت المفاجأة الثانية فى القائمة وهى دخول هونج كونج القائمة واحتلالها المركز السابع بعد أن حققت نسبة زيادة بلغت ٤٠% ليقفز السياح الذين زاروها إلى حوالى ٢١,٨ مليونا وجاءت المكسيك فى المركز الثامن ٢٠,٦ مليون سائح وألمانيا فى المركز التاسع ٢٠,١

مليون سائح ثم النمسا التى تراجعت إلى المركز العاشـــر بــــ ١٩,٤ مليون سائح.

وقد بلغ عدد السياح الذين زاروا الدول العشرة الكبرى ســياحيا فــى العالم ٣٦٣ مليون سائح أى نحو نصف إجمالى عــدد ســياح العــالم والمقدر بـــ ٧٦٠ مليونا.

قائمة الدول العظماء العشرة سياحيا بالمليون

الدولة	عام ٢٠٠٠	عام ٢٠٠٣	عام ٢٠٠٤
فرنسا	٧٧,٢	٧٥	٧٥,١
أسبانيا	٤٧,٩	٥١,٨	٥٣,٦
الولايات المتحدة	٥١,٢	٤١,٢	٤٦,١
الصين	٣١,٢	٣٣	٤١,٨
إيطاليا	٤١,٢	٣٩,٦	٣٧,١
بريطانيا	٢٥,٢	٢٤,٧	٢٧,٧
هونج كونج	١٣,١	١٥,٥	٢١,٨
المكسيك	٢٠,٦	١٨,٧	٢٠,٦
ألمانيا	١٩	١٨,٤	٢٠,١
النمسا	١٨	١٩,١	١٩,٤

الفصل السابع

نصيب الدول العربية من حركة السياحة الدولية

- الحركة السياحية فـــى منطقـــة الشـــرق الأوسط
- العوامل المؤثرة على الحركة الســـياحية بمنطقة الشرق الأوسط
- مصادر الحركة السياحية الدوليـــة إلـــى المنطقة
- أهم الدول المستقبلة للحركة السياحية فى منطقة الشرق الأوسط
- أهم دول الشرق الأوســـط الرائـــدة فـــى الإنفاق السياحى

الحركة السياحية فى منطقة الشرق الأوسط:

تتميز منطقة الشرق الأوسط باطراد النمو السكانى والحضرى داخلها، كماَ تزداد الحركة السكانية بها بشكل كبير وخاصة من البلاد غير البترولية إلى البلاد البترولية التى عملت على تنفيذ العديد من مشروعات السياحة الداخلية فى الفترة الأخيرة لمواجهة الطلب المتزايد لمواطنيها لإيجاد تسهيلات للترفيه وقضاء أوقات الفراغ[٧].

وتلعب السياحة دورا هاما فى الاقتصاد القومى للعديد من دول المنطقة مثل مصر والأردن وتركيا، إذ ساهمت السياحة وفقا لإحصاء عام ١٩٩٠ بنسبة كبيرة من إجمالى صادرات تلك الدول وصلت إلى ٨٣,٦ % فى مصر، ٦٠,٨ % فى الأردن، ٢٨,٤ % فى تركيا.

ومن ثم فإن ازدهار السياحة ورقيها وتقدمها وبلوغها آفاقا رحبة فى منطقة الشرق الأوسط سيؤدى حتما إلى الارتفاع بالمستوى الاقتصادى والاجتماعى والثقافى لدول المنطقة.

---

[٧] نبيل الروبى: المرجع السابق – ص ١٣٧

W.T.O. Tourism Trends World Wide and in the Middle East, ١٩٥٠ – ١٩٩١, PP: ٥٠, ٥١, ٥٥.

حجم الحركة السياحية الدولية بالمنطقة:

تضم منطقة الشرق الأوسط العديد من عوامل الجذب السياحى، يتمثل أهمها فى الشواطئ البحرية الممتدة على البحر المتوسط والبحر الأحمر والمحيط الأطلسى مما دفع العديد من دول المنطقة إلى استغلال تلك الشواطئ فى ممارسة سياحة الأجازات كما فى شمال إفريقيا (تونس والمغرب).

واجتذبت تلك الشواطئ العديد من الأوروبيين، وقد ساعد على ذلك تميز أسعار المنتجات السياحية لدول المنطقة بالاعتدال، ومن ثم فهى تتناسب مع النوعيات المختلفة من السائحين القادمين إلى المنطقة.[8]

كما تتميز المنطقة بالعديد من عوامل الجذب السياحى الأخرى كاعتدال المناخ والتراث الحضارى المتميز.... وغيرها، إلا أن نصيبها من حركة السياحة الدولية نصيب محدود إذا ما قورنت بغيرها من المناطق السياحية فى العالم.

---

[8] نبيل الروبى: المرجع السابق ص ١٣٧، ١٣٨

يوضح الجدول رقم (٤) نصيب منطقة الشرق الأوسط من الحركة السياحية الدولية والإيرادات السياحية عن الفترة من ١٩٥٠ إلى ١٩٩٤، ومنه نستخلص الحقائق الرئيسية التالية:

١- تحصل منطقة الشرق الأوسط على نصيب محدود من عدد السائحين في العالم منذ القدم، إذ بلغت نسبة السائحين إليها في عام ١٩٥٠، ٠,٧ % من جملة الحركة السياحية الدولية، وقد بلغت تلك النسبة أقصى حدا لها في عام ١٩٨٠ (٢,٠٨ %). وتعد تلك النسبة ضئيلة للغاية إذا ما قورنت بما تتمتع به من مغريات سياحية متعددة، وقد بدأت تلك النسبة في التراجع إلى أن وصلت إلى ١,٤ % في ١٩٩٤ كما في ١٩٩٣.

٢- تعد الإيرادات السياحية التي تحصل عليها منطقة الشرق الأوسط محدودة للغاية إذا ما قورنت بإجمالي الإيرادات السياحية الدولية، إذ بلغت نسبة إيرادات المنطقة ١,٤ % من إجمالي الإيرادات الدولية للسياحة في عام ١٩٥٠، وارتفعت تلك النسبة إلى ٣,٣% عام ١٩٨٠، ولكن ما لبثت أن انخفضت حتى وصلت إلى ١,١% عام ١٩٩٤.

٣- يرجع الانخفاض فى كل من عــدد الســائحين والإيــرادات السياحية التى تحصل عليها منطقــة الشــرق الأوســط إلــى مجموعة من العوامل تؤثر تأثيرا كبيرا على الحركة السياحية بها، وأهم تلك العوامل هى[٩]:

[٩] أ- صلاح عبد الوهاب: المرجع السابق، ص ٣٧، ٣٨

ب- نبيل الروبى: المرجع السابق، ص ١٣٨، ١٣٩

جدول رقم (٤)

الحركة السياحية فى منطقة الشرق الأوسط خلال الفترة الممتدة بين عامى ١٩٥٠، ١٩٩٤[١٠]

السنة	السائحين (بالآلاف)	نسبة المشاركة فى حجم السياحة الدولية %	الإيرادات السياحية بالمليون دولار	نسبة المساهمة فى الإيرادات السياحية الدولية %
١٩٥٠	١٩٧	٠,٧	٣١	١,٤
١٩٦٠	٦٣٠	٠,٩	٥٨	٠,٨
١٩٧٠	١,٨٦٤	١,١	٣٩٥	٢,٢
١٩٨٠	٥,٩٩٢	٢,٠٨	٣,٤٧٠	٣,٣
١٩٩٠	٧,٤٧٩	١,٦	٥,٠٢٤	١,٩
١٩٩١	٦,٧١٢	١,٤	٣,٩٧١	١,٥
١٩٩٢	٧,١٧٧	١,٥	٤,٣٥٦	١,٤
١٩٩٣	٧,٢	١,٤	٤,٩٩٦	١,٦
١٩٩٤	٧,٨٩٥	١,٤	٣,٦٧٢	١,١

---

[١٠] مصادر أرقام الجدول:

- W.T.O. Yearbook of Tourism Statistics, ١٩٩٣ P: ٢
- النسب من حساب الطالبة عن

a) W.T.O. Yearbook of Tourism Statistics, ١٩٩٤ P: ٢

b) W.T.O. News: Steady Recovery in World Tourism in ١٩٨٤, Issue No. ١ January, ١٩٨٥, P: ٣

العوامل المؤثرة على الحركة السياحية بمنطقة الشرق الأوسط:

١- البعد عن الأسواق السياحية الرئيسية:

تبعد منطقة الشرق الأوسط كثيرا عن الأسواق السياحية الرئيسية المصدرة للسائحين فى العالم والمتمثلة فى أوروبا – أمريكا الشمالية – اليابان، مما ينتج عنه ارتفاع تكلفة الرحلات المتجهة إليها. ومن ثم يعد سائحو المنطقة من ذوى الدخول المتوسطة وفوق المتوسطة ويتطلبون مستوى مرتفع من الخدمات السياحية سواء من حيث التنظيم أو نوعية البرامج أو خدمات النقل أو الخدمات الفندقية... وغيرها.

وبما أن الأغلبية العظمى من دول المنطقة تتميز بهبوط المستوى العام للنظافة بها لانخفاض مستوى الوعى الصحى وعدم كفاية مرافقها، فيكتفى السائح القادم إلى المنطقة بزيارتها لمرة واحدة ولا يكررها بعد ذلك مما يكون له أكبر الأثر على الحركة السياحية إلى المنطقة.

٢- تقليدية البرامج السياحية:

تعتمد دول المنطقة فى برامجها السياحية على السياحة الثقافية والتاريخية والدينية بصفة أساسية باعتبارها منطقة الحضارات القديمة ومهد الأديان السماوية جميعا. وبما أن السياحة الثقافية لا تزيد نسبتها عن ١٠ % من إجمالى حركة السياحة الدولية، بينما نجد أن السياحة الترفيهية لا تقل نسبتها عن ٥٠ % فإن الاعتماد على السياحة الثقافية فقط يضع النشاط السياحى لمنطقة الشرق الأوسط فى إطار ضيق.

ويتطلب ذلك العمل على تنوع البرامج السياحية وخلق أنماط جديدة من السياحة لجذب أعداد متزايدة من السائحين، وبالفعل فقد غيرت بعض دول المنطقة مثل مصر وتركيا وإسرائيل من برامجها السياحية التقليدية والمعتمدة على السياحة الثقافية إلى برامج متنوعة تدخل فيها أنواع أخرى من السياحة مثل السياحة الترفيهية والسياحة الرياضية والسياحة العلاجية... وغيرها.

٣- عدم الاستقرار السياسى:

يؤدى عدم الاستقرار السياسى السائد فى منطقة الشرق الأوسط (الحرب الأهلية التى كانت سائدة فى لبنان واستمرت ما يقرب من

أثنى عشر عاما – الحرب بين العراق وإيران والتى امتدت ما بين عامى ١٩٨٤ و ١٩٩٠ – التوتر الدائم بين الفلسطينيين وإسرائيل – حرب الخليج عام ١٩٩٠، فضلا عن ما تشهده المنطقة من أحداث إرهابية متطرفة فى الوقت الحالى) إلى تردد السائحين فى زيارة المنطقة، وتفضيلهم الذهاب إلى مناطق أخرى كشمال إفريقيا (تونس – المغرب) ودول أوروبا الشرقية والغربية وجزر البحر الكاريبى فى شمال أمريكا.

٤- **القيود النقدية السائدة فى المنطقة:**

تتبع بعض الدول بالمنطقة إجراءات نقدية قد تتضارب مع مقتضيات التنمية السياحية، يرجع ذلك إلى وجود فروق كبيرة بين السعر الرسمى والسعر الحقيقى لعملات كثير من دول المنطقة، كما تعد كثير من عملات دول معينة بالمنطقة (مصر والسودان واليمن) عملات غير قابلة للتداول الدولى.

جدول رقم (٥)

أهم الدول المستقبلة للحركة السياحية الوافدة إلى الشرق الأوسط وإيراداتها السياحية خلال عامى ١٩٨٠، ١٩٩٠[١١]

الدول	عدد السائحين بالألف				الإيرادات السياحية بالمليون دولار			
	١٩٨٠	الترتيب	١٩٩٠	الترتيب	١٩٨٠	الترتيب	١٩٩٠	الترتيب
تركيا	١,٢٨٨	١	٤,٨٠٠	١	٣,٢٦٧	١	٣,٣٠٨٩	١
مصر	١,٢٥٣	٢	٢,٤١١	٢	٨٠٨	٣	١,٩٩٤	٢
البحرين	١٥٠	٨	١,٣٧٦	٣	١٥٠	٨	١٣٥	٦
السعودية	١,٠٠٠	٥	٨٢٧	٤	١,٣٤٤	٢	١,٨٨٤	٣
العراق	١,٢٢٢	٤	٧٤٨	٥	١٧٠	٦	٥٥	٩
الأردن	٣٩٣	٦	٥٧٢	٦	٤٣١	٤	٥١١	٤
سوريا	١,٢٣٩	٣	٥٦٢	٧	١٥٦	٧	٢٧٠	٥
الإمارات	٣٠٠	٧	٥٠٠	٨	-	-	-	-
عمان	٦٠	١١	١٤٩	٩	-	-	٦٩	٨
قطر	١٠٢	٩	١٣٦	١٠	-	-	-	-
الكويت	٧٠	١٠	٥٠	١١	٣٧٧	٥	٨٠	٧

---

[١١] مصادر أرقام الجدول

A) W.T.O. Tourism Trends World Wide and in the Middle East, ١٩٥٠ – ١٩٩١, PP: ٣٢, ٣٣

b) W.T.O. News: Steady Recovery in World Tourism in ١٩٨٤, Issue No. ١ January, ١٩٨٥, P: ٣

c) W.T.O. Yearbook of Tourism Statistics, ١٩٩٣ P: ١١٣, ١١٥

حسين كفافى: رؤية عصرية للتنمية السياحية (فى تنمية الأقاليم فى الدول النامية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٩١

فضل أحمد يونس: المرجع السابق – ص

أهم دول الشرق الأوسط الرائدة فى الإنفاق السياحى:

يوضح الجدول رقم (٦) ترتيب أهم الدول المتقدمة فى الإنفاق السياحى بالمنطقة فى عامى ١٩٨٠، ١٩٩٠، ومنه نستنتج الحقائق الرئيسية التالية:

١- تعد الكويت أولى الدول فى الإنفاق السياحى، إذ يبلغ إنفاق سائحيها ٢,٣ مليار دولار فى عام ١٩٩٠ أى بزيادة قدرها ٧٧ % عن عام ١٩٨٠ والتى بلغ فيه الإنفاق ١,٣ مليار دولار فقط. يرجع ذلك إلى ارتفاع مستوى الدخول بالدولة وتميز سائحيها بطول مدة إقامتهم بالدول المختلفة المتوجهين إليها. وتأتى تركيا فى المرتبة الثانية بعد الكويت، إذ يبلغ إنفاقها السياحى عام ١٩٩٠ (٥٢٠) مليون دولار.

٢- تأتى مصر فى الترتيب السادس من حيث الإنفاق السياحى بعد ليبيا والأردن وسوريا، حيث بلغ معدل إنفاقها السياحى ١٦٦ مليون دولار عام ١٩٩٠ بنسبة انخفاض قدرها ٢٤٥ % عن عام ١٩٨٠ والذى بلغ فيه الإنفاق ٥٧٣ مليون دولار.

٣- تأتى اليمن والبحرين وعمان فى مؤخرة دول المنطقة من حيث الإنفاق السياحى، إذ لم يتعد الإنفاق السياحى للدول الثلاث معا ٢٠٥ مليون دولار عام ١٩٩٠.

جدول رقم (٦)

أهم الدول الرائدة فى الإنفاق السياحى بمنطقة الشرق الأوسط خلال عامى ١٩٨٠، ١٩٩٠[١٢]

الدول	الإنفاق السياحى بالمليون دولار			
	١٩٨٠	الترتيب	١٩٩٠	الترتيب
الكويت	١,٣٣٩	١	٢,٣١٥	١
تركيا	–	–	٥٢٠	٢
ليبيا	٤٧٠	٣	٤٢٤	٣
الأردن	٣٠١	٤	٣٣٦	٤
سوريا	١٧٧	٥	٢٠٠	٥
مصر	٥٧٣	٢	١٦٦	٦
اليمن	٥٣	٧	٨١	٧
البحرين	١١٠	٦	٧٧	٨
عمان	–	–	٤٧	٩

---

[١٢] مصادر الجدول

W.T.O. Tourism Trends World Wide and in the Middle East, ١٩٥٠ – ١٩٩١, PP: ٣٤

الفصل الثامن

معوقات السياحة فى مصر

- الأزمات السياحية خلال الفترة من ١٩٥٢ وحتى ١٩٨٤ .
- أهم الأزمات التى واجهت النشاط السياحى على المستوى المحلى
- تأثير الاضطرابات السياسية فى منطقة الشرق الأوسط على النشاط السياحى بها

الأزمات السياحية خلال الفترة من ١٩٥٢ وحتى ١٩٨٤:

شهدت السياحة المصرية خلال تلك الفترة عددا من الأزمات الناجمة عن مجموعة من الحروب والأحداث السياسية التي تعرضت لها مصر، هي:

- العدوان الثلاثى عام ١٩٥٦
- حرب يونيو ١٩٦٧
- حرب أكتوبر ١٩٧٣
- اغتيال الرئيس/ محمد أنور السادات عام ١٩٨١

وأثرت تلك الأحداث على النشاط السياحى فى مصر من حيث التذبذب فى أعداد السائحين الوافدين إليها خلال تلك الفترة، وإن كان هذا التأثير يعد ضئيلا للغاية حيث لم تستمر تلك الحروب فترات طويلة، كما لم تكن حركة السياحة إلى مصر فى ذلك الوقت ملموسة ولم يتعد نصيبها من إجمالى الحركة السياحية الدولية ٠,٥٤ % خلال تلك الفترة.[١٣]

---

[١٣] سيد موسى: إدارة الأزمات وتطبيقاتها فى قطاع السياحة، المرجع السابق – ص ١١١، ١١٢

ويوضح الجدول رقم (٧) مدى تأثير تلك الأحداث على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر ومعدلات نموها خلال تلك الفترة (من عام ١٩٥٢ وحتى عام ١٩٨٤)، ومنها نستخلص الحقائق الرئيسية التالية:

١- ازدادت حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر بما يقرب من العشرين مرة خلال الفترة من ١٩٥٢ إلى ١٩٨٤، فقد كانت تلك الحركة تسجل ٧٦ ألف سائح عام ١٩٥٢، بينما ارتفع ذلك الرقم ليصل إلى ١,٥ مليون سائح عام ١٩٨٥ بمتوسط معدل نمو سنوى يبلغ ١٤,٥ %، هذا وقد اتسمت تلك الفترة بالتوافق الشديد ما بين معدلات النمو فى الحركة السياحية الوافدة، وما تشهده مصر من أحداث داخلية أو خارجية تؤثر بالسلب على النشاط السياحى بها.

٢- شهدت الفترة السابقة للعدوان الثلاثى على مصر والممتدة ما بين عامى ١٩٥٢ و ١٩٥٥ زيادة فى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر حيث بلغت معدلات النمو السنوى لتلك الحركة ٣٢ %، ويرجع ذلك إلى بعض القوانين التى وضعتها

الحكومة المصرية بهدف تحسين الحركة السياحية فى مصر وأهمها:[١٤]

- قانون رقم ٤١٨ لسنة ١٩٥٣ بشأن لإنشاء المجلس الأعلى للسياحة.
- قانون رقم ٥٨٤ لسنة ١٩٥٤ بشأن تنظيم أنشطة وكالات السياحة والسفر.

[١٤] محمد صبحى عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب: نفس المرجع – ص ٢٦١

جدول رقم (٧)

الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر ومعدلات نموها خلال الفترة الممتدة بين عامى ١٩٥٢، ١٩٨٤[١٥]

السنة	الحركة السياحية إلى مصر (السائحون بالألف)	معدل النمو السنوى للسياحة فى مصر	الحدث
١٩٥٢	٧٦	-	-
١٩٥٥	١٤٩	٣٢,٠	العدوان الثلاثى
١٩٦٠	٢٨٥	١٨,٣	عام ١٩٥٦
١٩٦٥	٥٤٢	١٨,٠	حرب يونيو ١٩٦٧
١٩٧٠	٣٥٨	- ٦,٧	
١٩٧٥	٧٩٣	٢٤,٣	حرب أكتوبر ١٩٧٣
١٩٨٠	١٢٥٣	١١,٦	اغتيال الرئيس/ محمد أنور السادات
١٩٨٥	١٥١٨	٤,٢	عام ١٩٨١

---

[١٥] مصادر أرقام الجدول:

- محمد صبحى عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب: المرجع السابق – ص ٢٥٩
- معدلات النمو السنوى للسياحة فى مصر من حساب الطالبة

٣- بحلول عام ١٩٥٦ حدث العدوان الثلاثي على مصر، وقد كان له آثار سلبية واضحة على الحركة السياحية الدولية الوافـدة إليها حيث انخفضت معدلات النمو السنوى لتلك الحركة لتصل إلى (١٣,٩ % - ٢٥,١ %)، وذلك خـلال عـامى ١٩٥٦، ١٩٥٧ على الترتيب.

٤- وفى بداية الستينات تم وضع خطط التنمية فى يوليـو ١٩٦١ وأنشأت الهيئات النوعية (الهيئة المصـرية العامـة للسـياحة والفنادق)، كما تم إنشاء وزارة السياحة والآثار عـام ١٩٦٥، فضلا عن إقامة بعض خدمات البنية التحتية وبداية إقامة السد العالى، مما جذب العديد من السائحين لمتابعة أعمـال البنـاء وتكون بحيرة السد.[١٦]

وانعكس ذلك على معدلات النمو للسياحة الدولية الوافدة إلـى مصر والتى بلغت ١٨,٣%، ١٨% عـامى ١٩٦٠ و ١٩٦٥ على الترتيب، إلا أنه بنشوب حرب يونيو ١٩٦٧ انخفضـت تلك المعدلات لتصل إلى – ٦,٧% فى عام ١٩٧٠.

---

[١٦] حامد عبد المجيد: الأجهزة السياحية فى مصر، دراسة مقدمة لبرنامج الإدارة العليا لقطاع السياحة – القاهرة ١٩٨٢ – ص ١٠٣

٥- على الرغم من وقوع حرب السادس من أكتوبر عـــام ١٩٧٣ وما كان لها من آثار سلبية على حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر آنذاك، إلا أن انتصار مصر فى تلك الحرب انعكس بالإيجاب على معدلات النمو السنوى لتلــك الحركـــة حيث ارتفعت تلك المعدلات وتراوحت مـــا بـــين ١١,٦% و ٢٤,٣% خلال العشر سنوات من ١٩٧٠ وحتى ١٩٨٠.

٦- شهدت مصر انخفاضا ملحوظا فى حجم نمو الحركة السياحية الدولية المتجهة إليها ومعدلاتها خلال الفترة ما بـــين عـــامى ١٩٨٠ و ١٩٨٥ حيث انخفضت معدلات النمـــو فـــي تلـــك الحركة من ١١,٦% عام ١٩٨٠ لتصـــل إلـــى ٤,٢% عـــام ١٩٨٥. ويرجع ذلك الانخفاض الملحوظ فى معدلات النمـــو إلى مجموعة من العوامل يأتى فى مقدمتها الأعمال الإرهابية وتفاقمها على المستوى العالمى بصفة عامة وداخـــل مصـــر بصفة خاصة، حيث شهدت مصر أحداث اغتيـــال الـــرئيس/ محمد أنور السادات عام ١٩٨١.

الأزمات السياحية خلال الفترة من ١٩٨٥ وحتى ٢٠٠١:

رغم ما تميزت به السياحة المصرية خلال تلك الفترة – عقدى الثمانينات والتسعينات – من بدء ازدهار وتقدم نتيجة تطبيق مصر لسياسة "الباب المفتوح" فى أوائل الثمانينات فضلا عن الجهود المبذولة من قبل وزارة السياحة والقطاع السياحى الخاص والعام بمصر من جهود تنشيطية وتسويقية بهدف تنشيط الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر فى بداية التسعينات[١٧]. إلا أن القطاع السياحى واجه فى تلك الفترة مجموعة من الكبوات السياحية التى كانت قد أخذت شكل دورة متكررة كل ثلاث أو أربع سنوات، تبدأ بكبوة سياحية يتبعها سنة رواج سياحى ثم سنة أو سنتين عادية، وهكذا... وعلى الرغم مما كان لتلك الكبوات أو الأزمات السياحية من آثار سلبية واضحة على حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر، إلا أن معدل النمو السياحى فى مصر بلغ ٧% كمتوسط عام فى حين سجل معدل النمو السياحى العالمى ٥% فقط خلال نفس الفترة.

---

[١٧] Wahab, S: Tourism and Terrorism: synthesis of the problem it emphasis on Egypt, in Plzam, A. & Mansfeld, Y.: Tourism, crime and International security issues, John Willey & Sons Ltd., England, ١٩٩٦, P. ١٧٩

ويوضح الجدول رقم (٨) أهم الأزمات التى تعـرض لهـا القطـاع السياحى فى مصر ومدى تأثيرها على حجم الحركة السياحية الدوليـة الوافدة ومعدلات نموها خلال الفترة من عـام ١٨٩٥ وحتـى عـام ٢٠٠١، ومنها مستنتج الحقائق الرئيسية التالية:

١- تطورت الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصـر تطـورا ملحوظا خلال تلك الفترة (من عام ١٩٨٥ وحتى عام ٢٠٠١) بالنسبة لأعداد السائحين التى ارتفعت من ١,٥ مليون سـائح فى عام ١٩٨٥ إلى ٤,٦ مليون عـام ٢٠٠١ بنسـبة زيـادة ٢٠٦,٦%، وبالنسبة لأعداد الليالى السياحية فقد ارتفعت مـن ٩ ملايين ليلة سياحية عام ١٩٨٥ إلى ٢٩ مليون ليلة سياحية عام ٢٠٠١ بنسبة زيادة قدرها ٢٣١% وبالنسبة للإيـرادات السياحية التى حصلت عليها مصر فقد ارتفعت أيضا من ٢٩٩ مليون دولار علم ١٩٨٥ إلـى ٣,٨٠٠ مليـون دولار عـام ٢٠٠١ بنسبة زيادة قدرها ١١٧١%.

وبذلك بلغ متوسط معدلات النمو السنوى للحركـة السـياحية الوافدة إلى مصر خلال الست عشرة سنة السابقة لكـل مـن أعداد السائحين والليالى السياحية والخل السـياحى ١٢,٩%، ١٤,٤%، ٧٣,٢% على التوالى.

٢- رغم تطور وازدهار الحركة السياحية الدولية الوافـــدة إلـــى مصر – سواء بالنسبة لأعداد السائحين أو الليالي السياحية أو الدخل السياحى – خلال الفترة الممتدة بـــين عـــامى ١٩٨٥ و٢٠٠١، إلا أن صناعة السياحة المصرية كانت قد تعرضت لعدد من الأزمات التى تباينت آثارها عبر السنوات الســـابقة. وقد ظهرت تلك الأزمات في شكل دورات متكررة كالتالى:

جدول رقم (٨)

تطور الحركة السياحية الدولية إلى مصر ومعدلات نموها خلال الفترة الممتدة بين عامي ١٩٨٥، ٢٠٠١[١٨]

السنة	أعداد السائحين		الليالي السياحية		الإيرادات السياحية		الحدث	
	بالألف	معدل النمو	بالألف	معدل النمو	بالمليون دولار	معدل النمو	(دورات متكررة)	
١٩٨٥	١٥١٨,٤	-	٩٠٠٧,١	-	٢٩٩,٨	-	حادث الباخرة "أكيلي لاورو"	الدورة الأولى
١٩٨٦	١٣١١,٣	١٣,٦-	٧٨٤٧,٤	١٤,٨-	٢٧٦,١	٧,٩	أحداث الأمن المركـــــزى (كبوة)	
١٩٨٧	١٧٩٥,٠	٢٦,٩	١٥٨٦١,٤	١٠٢,١	٥٩٧,٩	١١٦,٥	رواج سياحي	
١٩٨٨	١٩٦٩,٥	٩,٧	١٧٥٦٤,٠	١٢,٦	٨٢٦,٢	٣٨,١	سنة عادية	
١٩٨٩	-٢٥٠٣,٤	٢٧,١	٢٠٥٨٢,٧	١٥,٢	٩٣١,٢	١٢,٧	سنة عادية	

---

[١٨] مصادر أرقام الجدول:

a- Egypt Tourism in figures, ١٩٨٦. op.cit, p: ٨٠, ٨١
b- ...., ١٩٨٧, op.cit, p:١٠٢
c- ...., ١٩٨٩/١٩٩٠, op.cit, p: ١٢٧
d- ...., ١٩٩٤/١٩٩٥, op.cit, p:١٥٣
e- ...., ١٩٩٨, op.cit, p: ١٦, ١٧, ١٢٠
f- ...., ٢٠٠٠, op.cit, p: ١٢, ١٣, ١٢٠
g- ...., ٢٠٠١, op.cit p: ١٠, ١١, ١٤

* معدلات النمو السنوى لكل من أعدا السائحين والليالى السياحية والدخل السياحى من حساب الطالبة

١٩٩٠	٢٦٠٠,١	٣,٩	١٩٩٤٢,٧	٣,٢-	١,٠٥٩,٦	١٣,٧	حرب الخليج (كبوة)	الدورة الثانية
١٩٩١	٢٢١٤,٣	١٤,٨-	١٦٢٣٠,٦	١٨,٦-	١,٣١٦,١	٢٤,٢	كبوة سياحية	
١٩٩٢	٣٢٠٦,٩	٤٤,٩	٢١٨٣٥,٧	٣٤,٥	٢,٢٧٨,٧	٧٣,١	رواج سياحى	
١٩٩٣	٢٥٠٧,٨	٢١,٨-	١٥٠٨٩,٠	٣٠,٩-	١,٣٣٢,٤	٤١,٥-	أحداث إرهابية (كبوة)	
١٩٩٤	٢٥٨٢,٠	٢,٩	١٥٤٣٢,٨	٢,٣	٢,٠٠٦,٣	٥٠,٦	أحداث إرهابية (كبوة)	الدورة الثالثة
١٩٩٥	٣١٣٣,٤	٢١,٣	٢٠٤٥١,٣	٣٢,٥	٢,٦٨٣,٦	٣٣,٧	كبوة سياحية	
١٩٩٦	٣٨٩٥,٩	٢٤,٣	٢٣٧٦٤,٦	١٨,٢	٣,٢٠٤,١	١٩,٣	سنة عادية	
١٩٩٧	٣٩٦١,٤	١,٦	٢٦٥٧٨,٨	١١,٨	٣,٧٢٧,٢	١٦,٣	مذبحة الأقصر (كبوة)	الدورة الرابعة
١٩٩٨	٣٤٥٣,٨	١٢,٨-	٢٠١٥٠,٥	٢٤,١-	٢,٥٦٤,٦	٣١,١-	كبوة سياحية	
١٩٩٩	٤٧٩٦,٥	٣٨,٨	٣١٠٠٢,٨	٥٣,٨	٣,٩٠٣,١	٥٢,١	رواج سياحى	
٢٠٠٠	٥٥٠٦,١	١٤,٨	٣٢٧٨٧,٨	٥,٧	٤,٣٤٥,٣	١١,٣	سنة عادية	
٢٠٠١	٤٦٤٨,٤	١٥,٥-	٢٩٨١٣,٢	٩,١-	٣,٨٠٠,٣	١٢,٥-	أحداث ١١ سبتمبر (كبوة)	بداية الدورة الخامسة

أ- الدورة الأولى:

بدأت تلك الدورة بأحداث الباخرة "أكيلى لاورو" وأحداث "خطف طائرة مصر للطيران" عام ١٩٨٥، ثم تلتها "تمرد قوات الأمن المركزى" فى منطقة الهرم بالقاهرة فى فبراير عام ١٩٨٦ وحريق عدة فنادق فـــى نفس العام (١٩٨٦)، ولم تكن الآثار السلبية لتلــك الأحــداث كبيــرة بالنسبة لحركة السياحة، إذ هبطت حركة السياحة بنسبة ١٣,٦% فقط بالنسبة لأعداد السائحين و١٤,٨% فقط بالنسبة لليالى السياحية وبنسبة ٧,٩% فقط بالنسبة للإيرادات السياحية. وبالتالى لــم يقــاس قطــاع الأعمال السياحى كثيرا نتيجة لتلك الأحداث إذ ما لبثــت أن ارتفعــت معدلات النمو السياحى سواء بالنســبة لأعــداد الســائحين (٢٦,٩%، ٩,٧%، ٢٧,١%) أو الليــــالى الســـــياحية (١٠٢,١%، ١٢,٦%، ١٥,٢%) أو الإيرادات الســياحية (١١٦,٥%، ٣٨,١%، ١٢,٧%)، وذلك خلال السنوات ١٩٨٧، ١٩٨٨، ١٩٨٩ على الترتيب.

ب- الدورة الثانية:

بدأت تلك الدورة بأحداث حرب الخليج التى استمرت مــن أغســطس ١٩٩٠ وحتى فبراير ١٩٩١، وقد كان لتلك الأزمة آثار سلبية علــى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلــى مصــر لإذ انخفضــت أعــداد

السائحين من ٢,٦٠٠ ألف سائح عام ١٩٩٠ إلى ٢,٢١٤ ألف سائح عام ١٩٩١ مسجلة بذلك معدل نمو سياحى سلبى قدره ١٤,٨%، كما انخفضت إجمالى الليالى السياحية المحققة من ١٩٩٤٢ ألف ليلة عام ١٩٩٠ إلى ١٦٢٣٠ ألف ليلة عام ١٩٩١ بمعدل انخفاض قدره ١٨,٦%.

وعلى الرغم من ضآلة معدلات الهبوط فى النمو السياحى إلا أن المعاناة كانت شديدة بالنسبة لقطاع الأعمال السياحى نظرا لتوالى الإلغاءات فى الحجوزات السياحية، مما ترتب خسائر مباشرة لا تقل عن ١٤٥٠ مليون دولار حتى شهر يونيو ١٩٩١.[١٩]

وتضافرت جهود الدولة والجهات السياحية المسئولة فى محاولة للتغلب على تلك الأزمة ونجحت بالفعل فى تحقيق ذلك، حيث بلغت معدلات النمو فى الإيرادات السياحية ٧٣,١% عام ١٩٩٢، وقد امتدت الزيادة فى تلك المعدلات لتشمل كل من أعداد السائحين (٤٤,٩%) وأعداد الليالى السياحية (٣٤,٥%) فى نفس العام ١٩٩٢ مسجلة بذلك أعلى معدلات نمو خلال تلك الدورة.

---

[١٩] صلاح عبد الوهاب: دور الدولة فى مساعدة قطاع السياحة فى وقت الأزمات، المرجع السابق ص ٢٩

وبحلول عام ١٩٩٣ بدأت أزمة التطرف والإرهاب فى الدخول إلـــى مصر وترتبت عليها آثار سلبية واضحة فى انخفاض أعداد الســائحين التى سجلت ٢٥٠٧ ألف سائح عام ١٩٩٣ بدلا من ٣٢٠٦ ألف سائح عام ١٩٩٢ بمعدل انخفاض قدره ٢١,٨%، وانخفضت إجمالى الليالى السياحية من ٢١٨٣٥ ألف ليلة سياحية عام ١٩٩٢ إلى ١٥٠٨٩ ليلة عام ١٩٩٣ بمعدل انخفاض قدره ٣٠,٩%، كما امتدت تلــك الآثـــار السلبية إلى إجمالى الإيرادات السياحية لتصل إلى ١٣٣٢ مليون دولار عام ١٩٩٣ بدلا من ٢٢٧٨ مليون دولار عام ١٩٩٢ بمعدل انخفاض قدره ٤١,٥%.

ج- الدورة الثالثة:

بدأت تلك الدورة باستمرار أثر الإرهاب السلبى على السياحة خــلال الستة أشهر الأولى من عام ١٩٩٤ حيــث تراجــع عــدد الزيــارات السياحية بنسبة ٢١,٤% عن نفس المدة من عام ١٩٩٣، كما تراجـــع عدد الليالى السياحية بنسبة ١٩,٨% من نفس العام.[٢٠]

وبدأت السياحة المصرية فى العودة إلى ما كانت عليه بدءا من الســتة شهور الثانية لعام ١٩٩٤ وبدأت علامات الزيادة فى الطلب الســياحى

---

[٢٠] صلاح عبد الوهاب: نفس المرجع – ص ٣١، ٣٢

الدولي على مصر فى الظهور بوضوح خلال عامى ١٩٩٥ و١٩٩٦ حيث بلغت معدلات النمو ٢١,٣% و٢٤,٣% و٢٤,٣% على الترتيب بالنسبة لأعداد السائحين، كما بلغت تلك المعدلات ٣٢,٥% و١٨,٢% على الترتيب بالنسبة لأعداد الليالى السياحية أيضا ٣٣,٧% و١٩,٣% خلال نفس العامين (١٩٩٥، ١٩٩٦). وبحلول عـــام ١٩٩٧ دخلـــت مصر فى كبوة سياحية جديدة نتيجة لأحداث مذبحة الأقصــــر، وهــى بداية الدورة الرابعة.

و- الدورة الرابعة:

بدأت تلك الدورة بأحداث ١٧ نوفمبر ١٩٩٧ التى تعد استمرارا لسلسلة العنف والإرهاب فى مصر، وتمثلت تلك الأحداث فى مذبحـــة الـــدير البحرى فى معبد حتشبسوت بمدينة الأقصر، وقد فاقت تلك الأزمة فى تأثيرها جميع الأزمات التى مرت بها السياحة من قبل حيث انخفضت معدلات النمو السياحى فى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصـــر بنسبة ١٢,٨% بالنسبة لأعداد الســـائحين و٢٤,١% بالنســـبة لليـــالى السياحية و٣١,١% بالنسبة للإيرادات السياحية، وذلـــك خـــلال عـــام ١٩٩٨.

وبحلول عام ١٩٩٩ بدأت الحركة السياحية فى العودة إلى ما كانت عليه قبل الأزمة حيث ارتفعت أعداد السائحين الوافدين إلى مصر لتصل إلى ٤٧٩٦ ألف سائح، كما ارتفعت أعداد الليالى السياحية لتصل إلى ٣١٠٠٢ ألف ليلة سياحية، أما عن إجمالى الإيرادات السياحية، فقد بلغت ٣٩٠٣ مليون دولار، وذلك فى نهاية عام ١٩٩٩.

واستمرت الزيادة فى إجمالى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر طوال عام ٢٠٠٠ لتصل إلى ٥,٥ مليون سائح، ٣٢,٧ مليون ليلة سياحية و ٤,٣ مليار دولار، وذلك فى نهاية علم ٢٠٠٠.

وشهدت التسعة شهور الأولى من عام ٢٠٠١ تقدما ملحوظا فى إجمالى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر إلى أن وقعت أحداث ١١ سبتمبر فى الولايات المتحدة الأمريكية، وبذلك تدخل السياحة المصرية فى كبوة سياحية جديدة وبداية دورة جديدة (الدورة الخامسة).

هـ- الدورة الخامسة:

بدأت تلك الدورة بأحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ والمتمثلة فى ضرب مركز التجارة العالمى بالولايات المتحدة الأمريكية ومبنى وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاجون"، وقد انعكست تلك الأحداث على إجمالى الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر سواء بالنسبة لأعداد السائحين التى

انخفضت من ٥٥٠٦,١ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلى ٤٦٤٨,٤ ألف سائح عام ٢٠٠١ بنسبة قدرها ١٥,٥%، أو بالنسبة لأعداد الليالي السياحية التي انخفضت من ٣٢٨٧,٨ ألف ليلة سياحية عام ٢٠٠٠ إلى ٢٩٨١٣,٢ ألف ليلة سياحية عام ٢٠٠١ بنسبة انخفاض قدرها ٩,١% خلال تلك الفترة.

واتسمت المواجهة المصرية في جميع هذه الأزمات بسمات خاصة يأتي في مقدمتها:[٢١]

أ- الحرص على ألا تضار العمالة الدائمة من خلال تأجيل سداد التأمينات الاجتماعية للعمالة القائمة لمدة عام دون تحميل المنشآت السياحية فوائد تأخير وغرامات، مما يساهم في عدم الاستغناء عن تلك العمالة.

ب- تخفيف الأعباء المالية على المنشآت عن طريق تأجيل ما يمكن تأجيل سداده وجدولة ديون البنوك والفوائد.

---

[٢١] سيد موسى: إدارة الأزمات وتطبيقاتها في قطاع السياحة، المرجع السابق – ص ١١٢

ج- التوجه إلى أسواق بديلة (سوق السياحة العربية، سوق السياحة الروسية، ومجموعة دول الكومنولث) والعمل على جذب أكبر عدد ممكن من الأسواق التقليديـــة إذا أمكـــن، وإعطاء دور أكبر للسياحة الداخلية.

الأزمات السياحية على المستوى الدولي:

تتعرض حركة السياحة الدولية لتحديات عديـــدة نتيجـــة التطـــورات الطارئة عليها والمتغيرات المؤثرة فيها التى تشـــمل النمـــو المطـــرد للسياحة الدولية، والتطور فى الاتجاهات والتراكيب، والتقدم المذهل فى إدارة المعلومات والبحث العلمى، والتحـــدى الاقتصـــادى، والتحـــدى التجارى فضلا عن التحديات المشتركة بين الدول والتى تتضمن تحديد الملائم لنمو الحركة السياحية نموا مخططا والالتـــزام برفـــع جـــودة الخدمات السياحية والاهتمام بالسياحة البديلة.

ومن ناحية أخرى قد تعترض السياحة أزمات حادة تؤدى إلى هبوط معدلاتها أو توقفها بالكامل مثل الحرب أو الإرهاب الدولى أو الكوارث الطبيعية كالزلزال والبراكين والأوبئة، وغير ذلك.[٢٢]

وتتوقف الآثار السلبية الناجمة عن مختلف أنواع الأزمات ومدى شدتها على مجموعة من العوامل، لعل أهمها ما يأتى:[٢٣]

- طبيعة الحدث أو الأزمة.
- المدة التى استغرقتها.
- موقع الحدث أو الأزمة.
- مدى شدتها.
- تكرار الحدث من عدمه والأسلوب المتبع لمواجهة الأزمة الواقعة.

[٢٢] صلاح عبد الوهاب: دور الدولة فى مساعدة قطاع السياحة فى وقت الأزمات، المرجع السابق – ص ٢٨

[٢٣] Mansfeld, Y.: Wars, Tourism and the "Middle East" factor, in Pizam, B. & Mansfeld, Y.: Tourism crime and International security Issues, Wiley, J. & Sons, England, ١٩٩٦, P: ٢٦٥

وسنشير هنا إلى أهم الأزمات السياحية (الأزمات السياسية بصفة خاصة) وتوزيعها المكانى على مختلف أقاليم العالم ودوله، مع إلقاء الضوء على أهم الأزمات السياسية التى تعرضت لها منطقة الشرق الأوسط وتأثيرها على النشاط السياحى بها، بالإضافة إلى دراسة لأهم الأزمات التى واجهت النشاط السياحى على المستوى الدولى وهى (حرب الخليج وأحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١)، وذلك من خلال الآتى:

أولا: أهم الأزمات السياحية وتوزيعها المكانى على مختلف أقاليم العالم ودوله:

رغم تعدد وتنوع أنماط الأزمات التى يمكن أن تواجه النشاط السياحى على المستوى الدولى – سواء كانت أزمات طبيعية أم اجتماعية أم سياسية أم أزمات تتعلق بالمعالم الحضارية الحديثة، إلا أنه سيتم التركيز فيما يلى على الأزمات السياسية، وبصفة خاصة الناجمة عن الأحداث الإرهابية المتعددة، ويرجع ذلك إلى كون الإرهاب واحدا من أهم مسببات الأزمات التى تعرض لها القطاع السياحى فى السنوات القليلة الماضية، لما له من آثار سلبية عظيمة على كافة جوانب

المجتمع – السياسية والاجتماعية والاقتصادية – على المديين القصير والطويل معا.[٢٤]

وتؤثر تلك الآثار السلبية على النشاط السياحى من خلال ما يأتى:

- خلق صورة سياحية عن الدولة خالية من عنصرى الأمان والاستقرار.
- انخفاض مستوى الخدمات والتسهيلات السياحية المقدمة داخل الدولة من مطارات، وسائل نقل، خدمات إقامة، وغيرها.

ويرجع ذلك إلى تأثير خطة التنمية داخل الدولة بمثل تلك الأحداث من حيث تراجع الاستثمارات المحلية والأجنبية الخاصة بالبنية الأساسية داخل الدولة وارتفاع تكاليف ضمانات تلك الاستثمارات.[٢٥]

---

[٢٤] أ- هالة توفيق محمد: المرجع السابق – ص ٧٢٤

b- Wall, G.: Terrorism and Tourism: An overview and Irish example, in Pizam, B. & Mansfel, Y., op.cit, p.: ١٤٥

[٢٥] Hall, C. M.: Tourism and politics; Policy, power and place, John Wiley & Sons – England ١٩٩٤, p.: ١٠٣, ١٠٧

أما عن إجمالى الحوادث الإرهابية على مستوى العالم وتوزيعها المكانى على مختلف الأقاليم فى الآونة الأخيرة، فتظهر أرقام الجدول رقم (٩) الحقائق الرئيسية التالية:

١- تأتى أوروبا فى مقدمة أقاليم العالم من حيث تعرضها للهجمات الإرهابية والبالغ عددها ٤٩٩ حادثا إرهابيا، وهو ما يكون ٢٩,١% من إجمالى الهجمات على مستوى العالم عام ١٩٩١، تليها الأمريكتين (٤١٩ حادثة) بنسبة ٢٤,٤%، ثم آسيا ٢٠,٧% فقط من إجمالى الهجمات على مستوى العالم فى نفس العام (١٩٩١).

٢- تأتى كل من إفريقيا والشرق الأوسط فى مؤخرة مناطق العالم من حيث التعرض للهجمات الإرهابية حيث بلغت بهما ٢٢٥ و ٢١٦ حادثة خلال نفس العام (١٩٩١) تمثل نحو ١٣,١% و١٢,٧% على الترتيب من إجمالى الهجمات على مستوى العالم.

جدول رقم (٩)

إجمالى الحوادث الإرهابية على مستوى العالم وتوزيعها على مختلف الأقاليم عام ١٩٩١

الإقليم	عدد الحوادث	النسبة % من الإجمالى
أوروبا	٤٩٩	٢٩,١
الأمريكتين	٤١٩	٢٤,٤
آسيا	٣٥٤	٢٠,٧
إفريقيا	٢٢٥	١٣,١
الشرق الأوسط	٢١٦	١٢,٧
الإجمالى	١٧١٣	١٠٠

وعلى صعيد الدول يوضح الجدول رقم (١٠) أهم الدول تعرضا للهجمات الإرهابية خلال عامي ١٩٩١ و١٩٩٢، ومنه نستخلص الآتى:

جدول رقم (١٠)

أهم الدول تعرضا للهجمات الإرهابية خلال عامى ١٩٩١ و١٩٩٢[٢٦]

١٩٩١		١٩٩٢	
الدولة	عدد الهجمات	الدولة	عدد الهجمات
المملكة المتحدة	١٣٤	ألمانيا	٢٥٨٤
تركيا	٨٠	فرنسا	١٧٠٠
الولايات المتحدة	٦٨	تركيا	٢٣٨
إسرائيل	٥٢	إسرائيل	٢١٧
مصر	١٢	مصر	٨٨

١- تعرضت كل من المملكة المتحدة وتركيا لعـدد كبيـر مـن الهجمات الإرهابية بلغت ١٣٤ و٨٠ حادثا على الترتيب خلال عام ١٩٩١، تليهما الولايات المتحدة بعـدد ٦٨ و٥٢ حادثـة على الترتيب، فى حين نجد مصر أقل الدول تعرضا لمثل هذه الأحداث حيث اقتصرت على ١٢ حادث فقط فى نفس العـام (١٩٩١).

[٢٦] المصدر: صلاح عبد الوهاب: السياحة المصرية فى ضوء التحديات الراهنة - المرجع السابق - ص ٢٤

٢- تصدرت ألمانيا دول العالم من حيث التعرض للأحداث الإرهابية التى بلغ عددها ٢٥٨٤ حادثا إرهابيا عام ١٩٩٢ أى أكثر من عدد الحوادث الإرهابية فى العالم عام ١٩٩١ بمرة ونصف، ويرجع ذلك إلى ازدياد نشاط النازية الجديد نشاط النازية الجديد ضد الأجانب المقيمين فيها. ثم تأتى فرنسا فى المرتبة الثانية بعدد ١٧٠٠ حادثة، تليها تركيا (٢٣٨ حادثا) ثم إسرائيل (١١٧ حادثا إرهابيا)، ولا زالت مصر أقل الدول تعرضا لتلك الهجمات إذ لم تتعد الأحداث الإرهابية التى شهدتها فى نفس العام (١٩٩٢) ٨٨ حادثا إرهابيا.

٣- ارتفعت نسبة تعرض بعض الدول للهجمات الإرهابية عام ١٩٩٢ بشكل ملحوظ حيث ارتفعت تلك الهجمات فى تركيا من ٨٠ حادثا عام ١٩٩١ إلى ٢٣٨ عام ١٩٩٢ بنسبة زيادة مقدارها ١٩٧,٥%، وفى إسرائيل بلغت تلك النسبة ١٢٥%، كما ارتفع عدد تلك الأحداث من ١٢ حدث عام ١٩٩١ إلى ٨٨ حدثا فى مصر عام ١٩٩٢ بنسبة زيادة قدرها ٦٣٣%

ويرجع ذلك – بصفة عامة – داخل مختلف الدول إلى مجموعة من العوامل، يأتى فى مقدمتها ما يلى:[٢٧]

أ- انهيار إمبراطورية الاتحاد السوفييتى، مما نتج عنه حدوث فراغ سياسى وأمنى خلق مجالا أرحب لعمل الجماعات والعصابات المختلف.

ب-سياسة الولايات المتحدة الأمريكية غير العادلة تجاه بعض دول العالم.

ج- ازدياد نشاط الأكراد الأتراك الساعين إلى الاستقلال عن تركيا.

ء- هزيمة العراق فى حرب الخليج وعزلتها ووقف المساعدات لها.

هـ- معوقات عملية السلام بالشرق الأوسط خلال هذه الفترة وما صاحبها من صعوبات وتعقيدات متعددة.

---

[٢٧] أ- صلاح عبد الوهاب: نفس المرجع، ص: ٢٤

ب- هالة فؤاد توفيق: المرجع السابق، ص: ٧٢٦

ثانيا: الاضطرابات السياسية فى منطقة الشرق الأوسط وتأثيرها على النشاط السياحى بها:

رغم أن "الشرق الأوسط" يعد أقل أقاليم العالم تعرضا للأحداث الإرهابية وأحداث العنف خلال عام ١٩٩١ - كما ذكر من قبل - حيث لم تتعد نسبة أحداث العنف به ١٢,٧% من إجمالى تلك الأحداث على المستوى العالمى خلال نفس العام (١٩٩١)، إلا أن جميع الأنظار اتجهت إليه كمأوى للإرهاب حيث تم تصنيف خمس دول من سبع دول مسئولة عن الإرهاب فى العالم داخل تلك المنطقة وهى: إيران - العراق - ليبيا - السودان - سوريا، وذلك بالإضافة إلى كوبا وكوريا الشمالية.

ونص تقرير الولايات المتحدة عن الإرهاب العالمى بأن ٢٢ مجموعة إرهابية من بين ٤١ مجموعة تتركز بالشرق الأوسط.[٢٨]

وفيما يلى عرض لأهم الأزمات السياسية التى تعرضت لها منطقة الشرق الأوسط وأثرت على نمو الحركة السياحية واستمرار التدفق السياحى إليها خلال الفترة من عام ١٩٦٧ وحتى ١٩٩٢:

---

[٢٨] هالة فؤاد توفيق: المرجع السابق، ص: ٧٢٧

أهم الأزمات التى تعرضت لها منطقة الشرق الأوسط خلال الفترة (١٩٦٧ - ١٩٩٢)[٢٩]

السنة	الحدث
١٩٦٧	حرب: حرب الأيام الستة
١٩٧٠	حرب: الاحتكاك بين مصر وإســـرائيل " War of Attrition"
١٩٧٢	إرهاب: ضد الحجاج فى تل أبيب وضد الإسرائيليين فى دورة ميونيخ
١٩٧٣	حرب: الحرب بين إسرائيل ومصر وسوريا
١٩٧٤	إرهاب: أحداث العنف فى إسرائيل وروما
١٩٧٥	إرهاب: أحداث عنف فى إسرائيل
١٩٧٧	إرهاب: أحداث عنف فى إسرائيل
١٩٧٩	إرهاب: أحداث عنف فى إسرائيل
١٩٨١	إرهاب: أحداث عنف فى لإسرائيل
١٩٨٢	إرهاب وحروب: قتل ســفير إســرائيل فـــى لنـــدن وحروب فى لبنان

---

[٢٩] المصدر

Mansfeld, Y.: op.cit., p:٢٦٩

١٩٨٣	حرب: الحروب الأهلية فى لبنان
١٩٨٤	إرهاب: أحداث إرهابية ضد سفارة إسرائيل في القاهرة ونيقوسيا
١٩٨٥	إرهاب دولي: غرق الباخرة "أكيلي لاورو" واختطاف طائرة "TWA"
١٩٨٧	اشتعال الانتفاضة الفلسطينية فى ديسمبر
١٩٨٩	اشتعال الانتفاضة الفلسطينية وتهديدات الحرب
١٩٩٠	اشتعال الانتفاضة الفلسطينية وتهديدات من العراق
١٩٩١	اشتعال الانتفاضة الفلسطينية وحرب الخليج
١٩٩٢	اشتعال الانتفاضة الفلسطينية وأحداث إرهاب ضد السفارات الإسرائيلية فى الأرجنتين وتركيا.

وقد قسمت دول الشرق الأوسط خلال تلك الفترة (١٩٦٧ - ١٩٩٢) من حيث اشتراكها فى تلك الأزمات والصراعات السياسية إلى مجموعتين رئيسيتين على النحو التالى:[٣٠]

[٣٠] Mansfeld, Y.: op.cit., p:٢٦٨

ت- **المجموعة الأولى**: تشمل الدول أطراف النزاع، وهى إسرائيل، سوريا، الأردن ومصر ولبنان.

ث- **المجموعة الثانية**: تشمل الدول غير المشاركة فى الأزمات إلا أنها تتأثر بها، سواء أكان هذا التأثر بالسلب - تعديل مسار الحركة السياحية الوافدة إليها إلى مناطق أخرى بعيدة عن الاضطرابات السياسية - أم بالإيجاب - استقطاب الحركة السياحية الوافدة إلى بعض أطراف النزاع إليها وتشمل تلك الدول تركيا، اليونان وقبرص.

وقد أثرت تلك الاضطرابات السياسية على حجم الحركة السياحية الوافدة إلى المنطقة سواء بالنسبة لأعداد السائحين أو الإيرادات السياحية، كما أثرت أيضا على معدلات نمو النشاط السياحى بها على مر السنوات، ويتضح ذلك من الجدول رقم (١١) ومنها نستخلص الآتى:

١- محدودية نصيب دول الشرق الأوسط من أعداد السائحين فى العالم خلال الفترة قيد الدراسة، إذ تراوحت نسبة السائحين الوافدين إليها ما بين ١,١% و٢,٩% من إجمالى الحركة

السياحية الدولية، وذلك خلال الفترة من ١٩٧٠ وحتى ٢٠٠١. وتعد تلك النسبة ضئيلة للغاية إذا ما قورنت بما تتمتع به المنطقة من مغريات سياحية متعددة.

٢- تعد الإيرادات السياحية التى تحصل عليها دول الشرق الأوسط محدودة للغاية إذا ما قورنت بإجمالى الإيرادات السياحية الدولية، إذ تراوحت تلك النسبة ما بين ١,٤% و٣,٣% خلال نفس الفترة (١٩٧٠ - ٢٠٠١).

جدول رقم (١١)

الحركة السياحية الدولية والإيرادات السياحية ومعدلات نموها فى دول الشرق الأوسط خلال الفترة الممتدة من عامى ١٩٨٥ و ٢٠٠١[٣١]

السنة	السائحون بالألف	نسبة المشاركة فى حجم السياحة الدولية %	معدلات النمو فى حجم السياحة الوافدة	الإيرادات السياحية بالمليون دولار	نسبة المساهمة فى الإيرادات السياحية الدولية %	معدلات النمو فى الإيرادات السياحية
١٩٧٠	١,٨٦٤	١,١	-	٣٩٥	٢,٢	-
١٩٨٠	٥,٩٩٢	٢,٠٨	٢٢,١	٣,٤٧٠	٣,٣	٧٧,٨

[٣١] مصادر أرقام الجدول

a- W.T.O.: Year of Tourism Statistics, ١٩٩٣, P: ١١٠

b- Egypt Tourism in figures, ١٩٩٥ – ١٩٩٦, op.cit., P.: ٨

c- ...., ١٩٩٧, op.cit., P.: ٧, ٩

d- ...., ١٩٩٨, op.cit., P.: ٩

e- ...., ٢٠٠٠, op.cit., P.: ٦, ٧

f- Mastny, I. Traveling light: New Paths for International Tourism World Watch Paper, ١٥٩, Washington D.C., December ٢٠٠١

- النسب ومعدلات النمو من حساب الطالبة عن بيانات الجدول السابق
- تتمثل دول الشرق الأوسط الدراسة فى الدول الآتية:

البحرين – العراق – الأردن – الكويت – لبنان – ليبيا – اليمن – عمان – فلسطين – قطر – المملكة العربية السعودية – سوريا – الإمارات

١٩٩٠	٧,٤٧٩	١,٦	٢,٤	٥,٠٢٤	١,٩	٤,٤
١٩٩١	٦,٧١٢	١,٤	١٠,٢-	٣,٩٧١	١,٥	٢٠,٩-
١٩٩٢	٧,١٧٧	١,٥	٦,٩	٤,٣٥٦	١,٤	٩,٦
١٩٩٣	٧,٢٠٠	١,٤	٠,٣	٤,٩٩٦	١,٦	١٤,٦
١٩٩٤	٩,٨٧٥	١,٨	٣٧,١	٥,١٢٩	١,٥	٢,٦
١٩٩٥	١١,٠٤١	١,٩	١١,٨	٦,٦٥٣	١,٨	٢٩,٧
١٩٩٦	١٤,٢٨٠	٢,٤	٢٩,٣	٨,٠٨٠	١,٩	٢١,٤
١٩٩٧	١٤,٨٣٣	٢,٤	٣,٨	٩,١٣٥	٢,١	١٣,١
١٩٩٨	١٥,٠٣٥	٢,٤	١,٤	٨,٠٢٢	١,٨	١٢,٢-
١٩٩٩	١٨,٠٢١	٢,٨	١٩,٩	٩,٦١٥	٢,٧	١٩,٩
٢٠٠٠	٢٣,٢٠٠	٢,٩	٢٨,٧	١١,٥٠٠	٢,٣	١٢,٣
٢٠٠١	٢٢,٥٠٠	٣,٢	٣,٠-	١١,٢٠٠	٢,٤	٢,٦-

٣- شهدت منطقة الشرق الأوسط تذبذبا ملحوظا فى معدلات نمو النشاط السياحى سواء بالنسبة لأعداد السائحين الوافدين إليها أو الإيرادات السياحية التى حصلت عليها خلال الفترة قيد الدراسة، فبالنسبة لمعدلات نمو السنوية لحجم السياحة الوافدة إلى المنطقة، بلغت ٢٢,١% كمتوسط سنوى خلال الفترة من ١٩٧٠ وحتى ١٩٨٠، ثم انخفضت إلى ٢,٤% كمتوسط سنوى خلال العشر سنوات التالية – من ١٩٨٠ وحتى ١٩٩٠ – ويرجع ذلك إلى تزايد أحداث العنف والاضطرابات

السياسية داخل المنطقة، وبصفة خاصة الحرب الأهلية في لبنان (١٩٨٣) واشتعال الانتفاضة الفلسطينية (ديسمبر ١٩٨٧)، ثم أعقب ذلك حرب الخليج (١٩٩٠ - ١٩٩١)، مما انعكس على معدلات النمو في السياحة الدولية الوافدة إلى المنطقة حيث سجلت معدلات نمو سالبة (-١٠,٢%) عام ١٩٩١.

وأخذت تلك المعدلات في التذبذب صعودا وهبوطا خلاف الفترة التالية أى منذ عام ١٩٩٢ وحتى عام ٢٠٠١، إذ سجلت أعلى معدلاتها عام ١٩٩٤ (٣٧,١%)، وأقل معدلاتها عام ٢٠٠١ (-٣,٠%).

وعن معدلات النمو في الإيرادات السياحية داخل المنطقة، فقد بلغت أقصاها خلال العشر سنوات الأولى - ١٩٧٠ إلى ١٩٨٠ - بمتوسط معدل نمو سنوى قدره ٧٧,٨%، وبلغت تلك المعدلات أدناها عام ١٩٩١ (-٢٠,٩%). ويعد ذلك انعكاسا لأحداث حرب الخليج مما كان له أكبر الأثر على تدنى حجم الحركة السياحية الوافدة إلى المنطقة، وتذبذبت تلك المعدلات صعودا وهبوطا في الفترة التالية إلى أن حققا انخفاضا ملحوظا أيضا عام ١٩٩٨ (-٢,٢%)، ويرجع ذلك إلى تزايد التوتر وكثرة الاضطرابات السياسية بالمنطقة نظرا لزيادة وحدة اشتعال الانتفاضة الفلسطينية خلال الآونة الأخيرة.

الفهــــــرس

الفصل الثالث: السياحة وارتباطها بالعلوم والظواهر الإنسانية

الفصل الرابع: وسائل الجذب السياحى

- الطلب السياحى
- العرض السياحى
- قوى العرض السياحى وأثرها فى السوق السياحية

الفصل الخامس: العمالة فى القطاع السياحى

الفصل السادس: حركة السياحة العالمية

- الدول المصدرة للسياحة فى العالم.
- الدول المستقبلة للسياحة فى العالم.
- الميزان السياحى.
- حجم ومعدلات النمو فى الحركة السياحية الدولية.